Münster 1935 No 7 Jur DiSS

Wesen und Wirken der Einzelhandelsfachverbände in der Gruppe Lebens- und Genußmittel

---

Inaugural-Dissertation

zur Erlangung der Doktorwürde
der Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät
der Westfälischen Wilhelms-Universität zu Münster in Westfalen

vorgelegt von

Eberhard Brügmann
Apotheker
aus Dortmund

1 9 3 4

BUCHDRUCKEREI ERICH WOLF + DORTMUND + GUTENBERGSTRASSE 36

Referent: Herr Professor Dr. Most

Korreferent: Herr Professor Dr. Preyer

Tag der mündl. Prüfung: 14. Mai 1934

R. UNIV. BIBLIOTHEEK LEIDEN

MEINEN ELTERN

Inhalts-Angabe

A. Vorrede.

B. Das Einzelhandelsfachgeschäft.
a) Geschichte.
1. Bis zur Einführung der Gewerbefreiheit.
2. Seit Einführung der Gewerbefreiheit.
b) Stellung in der Gegenwart.
1. Definition. 2. Statistik,
3. Gründe seiner Bedeutung.
c) Stellungnahme des Staates.
d) Weg zum Aufstieg.

C. Der Einzelhandelsfachverband.
a) Definition.
b) Einordnung.
c) Organisationsbegriff.
d) Organisationszwang.
e) Organisationsziel.
f) Hemmende Faktoren.
g) Vorläufer.
h) Arten.
i) Allgemeine Entstehungsgründe.
k) Bedeutung der persönlichen Initiative.

D. Die Einzelhandelsfachverbände der Gruppe Lebens- und Genußmittel. (Allgemeiner Teil).
I. Wesen.
a) Spezielle Gründungsanlässe.
b) Entstehungszeit.
c) Verfassung.
d) Aufteilung.
e) Vereinigung.
f) Abgrenzung.
g) Statistik.
II. Wirken.
a) Bildungsarbeit.
1. Allgemeines.
2. Schulung.
aa) Hochschulen.
bb) Fachschulen.
cc) Fachkurse.
dd) Sonstiges.
3. Wissenschaft und Kunst.
b) Informationswesen.
1. Allgemeines.
2. Zeitschriften.
aa) verbandseigene.
bb) private.
3. Rundschreiben.
4. Fachliteratur.
5. Versammlungen.

c) Gemeinschaftswerbung.
   1. Allgemeines.
   2. Reklame.
      aa) unter Mitwirkung des Einzelnen,
      bb) ohne Mitwirkung des Einzelnen,
      cc) unter Mitwirkung amtlicher Stellen.
   3. Fabrikate.
   4. Ausstellungen.
d) Kreditorganisation.
   1. Allgemeines.
   2. Kreditorganisation.
e) Einkaufsorganisationen.
   1. Allgemeines.
   2. Genossenschaften.
   3. Aktiengesellschaften.
f) Rechts- und Steuerschutz.
   1. Allgemeines.
   2. Die Verbandseinrichtungen.
g) Gesetzgebung.
   1. Allgemeines.
   2. Stellungnahme der Verbände.
h) Angestelltenwesen.
   1. Allgemeines.
   2. Angestelltenvereine.
   3. Arbeitsnachweise.
   4. Tarifverträge.
      aa) für das Reich,
      bb) für einzelne Bezirke.
   5. Zuschußkassen.
   6. Frauenfrage.
i) Soziale Einrichtungen.
   1. Allgemeines.
   2. Stiftungen.
   3. Sterbe- und Unterstützungskassen.
   4. Versicherungsverträge.
k) Kriegswirtschaft.
   1. Allgemeines.
   2. Kriegswirtschaft.
      aa) Mitarbeit der Fachverbände an der Zwangswirtschaft,
      bb) außergewöhnliche Wirkungen des staatlichen Eingriffs.
l) Kampf gegen fremde Wirtschaftsorganisationen.
   1. Allgemeines.
   2. Kampf gegen fremde Wirtschaftsorganisationen.
      aa) Ablehnung aller fremden Wirtschaftsorganisationen.
      bb) Ablehnung eines Teiles der fremden Wirtschaftsorganisationen.
m) Stärkere Verflechtung mit dem Produkt.
   1. Allgemeines.
   2. die Leistungen der Verbände.
n) Sonstiges.
   1. Allgemeines.
   2. Pflege der Beziehungen zu Lieferanten.
   3. Teilnahme an den Gesamtfragen des deutschen Einzelhandels.

b) Statistik.
1. Allgemeines.
2. Statistik.

E. Außerfachliche Vertretungen des Einzelhandels.
I. Das Wesen der außerfachlichen Verbände.
a) Wirtschaftsfront.
1. Industrie- und Handelskammern.
2. Berufsgenossenschaft des Einzelhandels.
3. Hauptgemeinschaft des deutschen Einzelhandels.
4. Reichsnährstand.
5. Reichsstand Handel.
6. Reichsstand Industrie.
7. Die neue Wirtschaftsgliederung.
b) Gesinnungsfront.
1. Deutsche Arbeitsfront.
2. NS. Hago und GHG.
II. Ausblick.

F. Internationale Verbände.
a) Allgemeine Uebersicht.
b) Internationale Fachverbände.
c) Sonstige internationale Zusammenarbeit.

G. (Anhang) Die Einzelhandelsfachverbände der Gruppe Lebens- und Genußmittel. (Spezieller Teil).
I. Name, Sitz, Rechtsform, Gründungsjahr.
II. Definition des Fachgebietes.
III. Abriß der Gründungsgeschichte.
a) Vorgeschichte.
b) Gründungsgeschichte.
IV. Mitgliederbewegung und Gliederung.
V. Zweck des Verbandes.

Literatur-Verzeichnis

Brunkow, G.: Zur Krisis des deutschen Weinhandels, München 1930.
Buchheister, G. A.: Die Verhältnisse im Drogen-Kleinhandel, Hamburg 1900.
Bücher, K.: Die Entstehung der Volkswirtschaft, Tübingen 1922.
Cassel, G.: Theoretische Nationalökonomie, Leipzig 1927.
Dietz, A.: Frankfurter Handelsgeschichte, Frankfurt 1925.
Effer, Fr.: Der deutsche Einzelhandel in Staat und Wirtschaft. Düsseldorf 1926.
Hirsch, J.: Organisation und Formen des Handels im Grundriß der Sozialökonomik." Tübingen 1925.
Kaufmann, E.: Die Organisation der freien Interessenvertretungen des deutschen Einzelhandels (Diss.) Berlin 1931.
Krischke, B.: Geschichte des D. A. V. 1820—1932. Berlin 1932.
Kulischer, J.: Allgemeine Wirtschaftsgeschichte, München und Berlin 1928.
Lampe, A.: Der Einzelhandel in der Volkswirtschaft in „Wirtschaftsprobleme der Gegenwart". Berlin 1930.
Lübbering, H.: Der Kleinhandel nach dem Frieden. München-Gladbbach 1919.
van Norden, H.: Die Einkaufsgenossenschaften des Einzelhandels. Köln. (Jahr nicht angegeben.)
Most, O.: Die Selbstverwaltung der Wirtschaft in „Recht und Praxis der Industrie". Berlin 1929.
Schäffer, C.: Grundriß des Rechtes und der Wirtschaft. Nachtrag zum 16. Band Leipzig 1933.
Sieveking, H.: Entwicklung, Wesen und Bedeutung des Handels. Im „Grundriß der Sozialökonomik". Tübingen 1925.
Sombart, W.: Der moderne Kapitalismus. 1., 2., 3. Bd. München und Leipzig 1916—1927.
Spann, O.: Der wahre Staat. Leipzig 1923.
Thiessen, J.: Die deutschen Drogisten, Berlin 1926.
Walter, H.: Zukunftsfragen des Einzelhandels. Berlin 1926.
Weber, Adolf,: Allgemeine Volkswirtschaftslehre. München und Leipzig 1930 — Wirtschaftspolitik I. und II. München und Leipzig 1932—33.
Weber, M.: Abriß der universalen Sozial- und Wirtschaftsgeschichte, München und Leipzig 1923.
Wiegel, W.: Der Einzelhandel in der modernen Wirtschaft. Diss. Göttingen 1931.
Winckler, P.: Die Reichsfischkammer. Berlin.
Witteler, H.: Das Zigarrengewerbe. Diss. Köln 1931.
Esch, Th.: Die Interessenvertretung des Lebensmitteleinzelhandels. Diss. Münster 1922.

Handbücher:

Folz: Hauptgemeinschaft des deutschen Einzelhandels im H. d. E.
Grünfeld, H.: Das Einzelfachgeschäft in H. d. E.
Kitzinger, O.: Verbandsstatistik im H. d. E.
Krüger: Rohstoffgenossenschaften im H. d. St. 1925.
Kühne, A.: Die freie Bildungsarbeit der kaufmännischen Verbände im Handbuch für das Berufs- und Fachschulwesen.
Kuske, B.: Geschichte des Einzelhandels im H. d. E.
Lampe, A.: Einzelhandel im H. d. St. 1925
Lisowsky, A.: Die Kollektivwerbung im Einzelhandel im H. d. E.
Seiffert, R.: Die Einzelhandelswerbung im H. d. E.
Spann, O.: Organisation im H. d. St. 1925.

Jahr-, Jubiläums- und Festbücher:

Gegenwartsfragen des Einzelhandels. Ansprachen und Vorträge auf der Einzelhandelstagung Berlin 1927 und 1928.
Festschrift des Schokoverbandes 1931.
Jahrbuch des Schokoverbandes 1931.
Festschrift des Vereins der Kolonialwarenhändler Hamburg 1932.
Festschrift der Edeka 1932.
Festschrift des Rekofei, 1927.
Festschrift des Vereins deutscher Fischhändler 1930.
Denkschrift des Reichsverbandes der Fischhändler, 1932.
Festschrift des Obst- und Gemüsehändlerverbandes, 1930.
Jahrbuch des Deutschen Genossenschaftsverbandes, 1931.

Zeitschriften:

Apothekerzeitung,
Standeszeitung Deutscher Apotheker.
Pharmazeutische Zeitung.
Der Drogenhändler.
Deutsche Kolonialwaren- und Feinkostrundschau.
Die deutsche Feinkost.
Schokoladenhandelszeitung.
Deutscher Wild- und Geflügelhändler.
Butter- und Fettwarenverkehr.
Nachrichten für den Butter- und Fetthandel.
Deutsche Weinzeitung.
Deutsche Destillateurzeitung.
Der deutsche Zigarrenhändler.
Offizielle Zeitung der deutschen Zigarrenladeninhaber.
Der deutsche Fischhandel.
Der deutsche Obst-, Gemüse- und Lebensmittelhandel.
Der Seifen-Kleinhandel.
Deutsche Seifenhändlerzeitung.
Deutsche Milchhändlerzeitung.
Deutsche Milchhandelszeitung.
Völkischer Beobachter.
Kölnische Zeitung.
Nationalzeitung (Essen).
Der Einzelhandel (Dortmund).
Der deutsche Einzelhandel (Düsseldorf).
Der deutsche Volkswirt.
F. f. H.-Mitteilungen.
Die neue Wirtschaft.
Der Aufbau.

A. Vorrede.

Die Zukunft der deutschen Volkswirtschaft wird davon abhängen, wie weit es gelingt, die freie Verkehrswirtschaft von den Schlacken einer überindividuellen Konkurrenz zu befreien und das Primat des Wortes „in der Wirtschaft darf nur das Können ausschlaggebend sein" (Adolf Hitler) in reiner Form zu verwirklichen, wozu die moderne Korporativwirtschaft den Weg weist.

Ein Fundament dieses Weges sind in ganz besonderem Maße für den Einzelhandel die Fachverbände. Ihr Wesen und Wirken hat bisher kaum eine zusammenhängende Würdigung gefunden. Diese ist aber umso eher erforderlich, als in dieser Zeit des Durchbruches einer neuen Weltanschauung, die alle Gebiete umfaßt, die hier geleistete Arbeit als ein Vorläufer zur Neuorganisation betrachtet werden kann. Der Wert der Einzelhandelsfachverbände ist von den maßgeblichen Stellen anerkannt und ihre Einordnung in den Neubau der Wirtschaftsorganisation angebahnt.

Die Literatur über den Einzelhandel ist jung und wenig umfangreich. Die Gründe dafür sind eigentlich dieselben, die es verhinderten, daß machtvolle Organisationen zögernd und später entstanden, als auf anderen Gebieten der Volkswirtschaft. Einmal ist es der Mensch, der einheitlich kaum definierbar ist. Welcher Unterschied zwischen einem Händler, der allein, ohne jede Fachbildung weit draußen am Rande der Stadt seinem Verdienst nachgeht und dem königlichen Kaufmann, der ausgerüstet mit allen Hilfsmitteln seiner Zeit in der „city" seinen Sitz hat? Solche Divergenzen gibt es nicht noch einmal, kein Stand weiß von diesen sozialen Unterschieden zu berichten.

Zum anderen beruhen sachliche Schwierigkeiten darin, daß die Funktion des Einzelhändlers nicht allseitig anerkannt wurde. Man glaubte an dieser Stelle des Verteilungsapparates besonders in Störungszeiten sparen zu können. Der Kampf der Betroffenen und ihre Selbsthilfsmaßnahmen sind vom Staat und Wissenschaft vielfach mißgedeutet worden. In unfruchtbarer Abstraktion sah man nur die Auswüchse, wie sie die „Mittelstandsbewegung" ausmacht. Aber es steckte in dem Ruf nach Abstellung der

Verfallserscheinungen im Einzelhandel (Warenhäuser, Konsumvereine, Einheitsgeschäfte) ein gesunder Drang zur Abwehr. Die Erkenntnis dieser Wahrheit mußte erst eine wirtschaftliche und weltanschauliche Krise bringen, wie wir sie nach dem Weltkriege erlebten. Heute dürfte der Kampf um die Daseinsberechtigung des legitimen Einzelhandels (Fachhandels) zu seinen Gunsten entschieden sein.

Die vorhandene Literatur behandelt das Problem des Einzelhandels zumeist von der betriebswirtschaftlichen Seite her. Kommt es zur Darstellung der organisatorischen Vorgänge, so werden sie unter dem Gesichtspunkt der außerfachlichen Spitzenverbände besonders hinsichtlich der Darstellung ihrer Bestrebung, Ziele und Aufgaben betrachtet. Die grundlegendste organisatorische Gestaltung hat der Einzelhandel aber in seinen Fachverbänden gefunden.

Die Fülle des Materials ist bei der großen Differenzierung des Einzelhandels in die einzelnen Geschäftszweige umfangreich; es ging nicht an, alle Fachverbände (ca. 80) so zu behandeln, daß man das Wichtige ihres Wesens und Wirkens herausschälen konnte. Die Frage der Beschränkung wurde deshalb dahingehend gelöst, daß die erweiterte Gruppe des „Genuß- und Lebensmitteleinzelhandels" eine eingehende Betrachtung erfuhr. Die Gründe dafür sind folgende: 1. ist vom gesamten deutschen Einzelhandel der Handel mit Nahrungs- und Genußmitteln die wichtigste Gruppe [1]), 2. umfaßt diese Gruppe Klein- und Mittelfachbetriebe, 3. ist eine einheitliche Wurzel Ursprung vieler späterer Sprosse gewesen: „Der Handel mit Spezereien, der „Krut-Kram" des Mittelalters und der Folgezeit", 4. greifen die Handelsartikel der besprochenen Branchen so eng ineinander, daß ihre Trennung schwer ist und stets Anlaß zu Kompetenzstreitigkeiten bot. Es gibt unter den 14 behandelten Verbänden keinen, der alle seine Handelsartikel allein für sich in Anspruch nehmen könnte.

Die erwählten 14 Fachverbände sind nicht Organisationen, die ausschließlich Einzelhändler umschließen, aber immer bilden diese einen wesentlichen Bestandteil.

Die Anlage der Arbeit ist folgendermaßen vorgenommen: von dem Einzelhandelsfachgeschäft und seiner Entstehung ausgehend, wird vor allem seine Bedeutung und Würdigung dargetan. Nachdem so der Einzelbegriff geklärt ist, soll die Einfügung seiner Organisationen und deren Erklärung aus der Entwicklung

---

1) Mitteilung der Forschungsstelle für den Handel, 4. Jahrgang Nr. 9

der Volkswirtschaft heraus, als Glied der modernen Korporativwirtschaft, das Wirken der Fachverbände auf den verschiedenen Gebieten vor Augen führen. Eine kurze Darstellung der neueren Ergebnisse in der Organisation unseres wirtschaftlichen Lebens beschließt den Hauptteil. Im Anhang schließt sich eine Tatsachenzusammenstellung über die Entwicklung der 14 Einzelhandelsfachverbände an, die zur Erleichterung des Verständnisses am besten zuerst gelesen wird.

Es ist versucht worden, stets begründete Werturteile über die Dinge des Lebens, die uns hier begegnen, abzugeben, „Mit dem Mut, den Blick auf den Gehalt, das Lebendige, die Ziele des menschlichen Lebens zu lenken, das Leben darum zuletzt auch richtend mitzuleben [2])."

Das Ziel der Arbeit ist: den Gedanken einer fachlichen Organisation im Einzelhandel zu erhalten und zu fördern. Die Entwicklung und Pflege des Fachgedankens ist mit allen seinen Auswirkungen der Weg zur Rückbildung und Ueberwindung der fremden Wirtschaftsorganisationen, die heute noch der endgültigen Gestaltung der deutschen Volkswirtschaft im Wege stehen.

Diese Abhandlung will und kann nicht eine lückenlose Sammlung von Einzelheiten sein, sondern es soll anhand erwählter Beispiele eine Uebersicht gegeben werden über das Wesen und Wirken der Einzelhandelsfachverbände überhaupt. Vielleicht ist es möglich, an anderer Stelle diese Arbeit fortzusetzen, um zu einer vollkommen abgeschlossenen Darstellung zu gelangen.

B. Das Einzelhandelsfachgeschäft.

a) Geschichte.

1. Bis zur Einführung der Gewerbefreiheit.

Der Ursprung des Einzelhandelsfachgeschäftes geht bis in die frühkapitalistische Epoche (16.—17. Jahrhundert) zurück. Vordem war der Einzelhandel ausschließlich Gemischtwarenhandel. „Aus dem Mittelalter war ein einziger Typ des Detailhandelsgeschäftes überkommen, indem dieses noch völlig ungegliedert „undifferenziert" erscheint: der „Laden", die „Gemischtwarenhandlung", in der alles feilgeboten wurde, was überhaupt an Waren in den Kleinhandel kam [3])."

---

2) O. Spann, Der wahre Staat, S. 80.

3) Werner Sombart, Der moderne Kapitalismus II. Bd., 1. Halbbd., S. 454.

In der folgenden Zeit entwickelt sich der Einzelhandel sehr stark, so daß die beginnende Branchenteilung um so eher um sich greifen konnte. „Im Ganzen, wird man annehmen müssen, hatte sich die Zahl der Detailgeschäfte bis zum Ende der frühkapitalistischen Epoche stark und gewiß rascher als die Bevölkerung vermehrt [4])."

Sombart sagt weiter: „Die Zerteilung (Differenzierung) der alten Gemischtwarenhandlung in eine Reihe von Sonderhandlungen, die ich Branchengeschäfte nenne, ist der eigentliche Inhalt der Geschichte des Detailhandels während der frühkapitalistischen Epoche [5]." Damit versteht er aber nicht die Entwicklung zum Fachgeschäft modernen Ausmaßes, denn diese setzt tatsächlich erst um die Mitte des 19. Jahrhunderts ein, sondern die damalige Entwicklung geht vielmehr von anderen primitiveren Gesichtspunkten aus:

1. Pfundwaren,
2. Ellen- oder Schnittwaren,
3. Stückwaren,
4. Altwaren.

Für die Unterteilung dieser „Hauptbranchen" wird folgendes Schema erwogen: „Diese Hauptbranchen, wenigstens die ersten drei, zerfielen dann nun wieder in verschieden viele Unterbranchen, je nach dem Entwicklungsgrade des Verkehrs. Das Prinzip, nach dem diese Unterbranchen gebildet wurden, war in den meisten Fällen die Herkunft der Ware: dem Orte nach: Ausland, Inland, besonders Produktionsstätten: Chinawaren, italienische Waren, Londoner Waren, Nürnberger Waren; oder dem Produktionsmaterial nach: Wollwaren, Seidenwaren, Baumwollwaren, Leinenwaren, Wirkwaren, Eisenwaren, Glaswaren usw. [6])."

Sombart geht so weit zu behaupten, daß „das Branchengeschäft dem Detailhandel der frühkapitalistischen Epoche sein Gepräge gibt". Seine Beispiele dafür, die ausländischen Quellen entstammen (Paris, London, Wien), berechtigen zu der Annahme, daß [illegible] des internationalen Handels durch die gesteigerten Ansprüche der Konsumenten die Spezialisierung größer war, als es durchweg für Deutschland zu erwarten war.

4) Werner Sombart, a. a. O. S. 453.
5) W. Sombart, a. a. O. S. 456.
6) W. Sombart, a. a. O. S. 457.
7) W. Sombart, a. a. O. S. 463.

Eine Aufstellung der Zeit um 1550 aus Frankfurt a. Main unterrichtet über die Waren, die die größeren Frankfurter Krämer führten. „Das Verzeichnis bildet eine Zusammenstellung von mehr als 190 verschiedenen Warenarten und -sorten, die in der Hauptsache in 6 Gruppen geteilt werden können, nämlich in Eßwaren, Getränke, Gewürz- und Arzneimittel, diverse Bedarfsartikel, Farb- und Giftstoffe und Metalle. Die Aufteilung ist durch eine 7. Gruppe, die die Tuchwaren betrifft, zu ergänzen [8]."

Daraus ersehen wir, dies Beispiel ist für die Verhältnisse in Deutschland typisch, daß die Aufteilung hier erst später in größerem Umfange einsetzte und auch dann nicht so in den Vordergrund tritt, daß sie „der Zeit ihr Gepräge gibt." Vielmehr bleibt die Gemischtwarenhandlung noch lange vorherrschend.

Dazu kam, daß „die ältere Zeit in der Organisation des Handels immer die Neigung hatte, dessen Zweige zu verwischen, weil für jeden einzelnen der Umsatz bei dem damaligen geringen Bedarf zu niedrig war und sich der Kaufmann daher mit vielseitigem Umsatz behalf [9]." [illegible]

Als Beispiel für den reinen Einzelhandel nennt Kuske den Gewürzhandel, der jedoch so wenig nach heutigen Begriffen spezialisiert war, daß aus ihm eine ganze Reihe moderner Fachgeschäfte entstanden ist. Unter Gewürzhandel verstand man damals eben alles, was der Handel aus dem Süden nach Deutschland brachte. Ähnlich war es mit dem Drogenhandel, worunter man damals nicht das verstand, was wir heute damit bezeichnen, „getrocknete tierische und pflanzliche Stoffe", sondern die „druge Ware" war eine Sammelbezeichnung für hochwertige trockene Waren, wie Gewürze, Arzneimittel, Farb- und Gerbstoffe, Metalle, Wachs, Schwefel, Alaun, Pottasche, Seide u. a. [10]", im Gegensatz zu feuchten, fettigen und flüssigen Stoffen.

In Frankfurt sehen wir eine Spezialisierung der Krämer in „Tuchkrämer, Apotheker, Materialisten, Zuckerbäcker, Fettkrämer und eigentliche Gewürzkrämer oder Spezereihändler [11]."

Das Hamburger Krameramt umfaßte nur drei Arten von Krämern, 1. „Krut (Kräuter-Gewürze), 2. Eisen- und 3. Seidenkrämer [12]". Diese Einteilung zeigt ebenfalls nur eine rohe, den Anforderungen der Zeit entsprechende Spezialisierung.

---

8) A. Dietz, Frankfurter Handelsgeschichte, 2. Bd. S. 126 ff.
9) Kuske, im Handbuch des Einzelhandels, S. 15.
10) Kuske, a. a. O. S. 17.
11) Edeka-Festschrift 1932 S. 3.
12) Festschrift des Vereins der Kolonialwarenhändler Hamburgs, 1932, S. 11.

Kulischer sagt von den Krämern der damaligen Zeit: „Zu ihren Waren, ihrem sogen. „Kram" gehörten nicht bloß Gewürze („Wurtz"), Südfrüchte, Wohlgerüche, Färbemittel, sondern auch „ander Pfennigwert", allerhand Kleinwaren-, Kleineisen, Glas-, Holzwaren, Gürtel, Bänder, Hüte, Handschuhe, endlich Seiden-, Samt- und Baumwollstoffe [13])."

Zusammenfassend darf gesagt werden: wenn in der Zeit bis zum 19. Jahrhundert, in dem durch Einführung der Gewerbefreiheit eine grundlegende Aenderung eintrat, von Aufteilung in Branchengeschäften (Sombart) die Rede ist, darf darunter nur eine „beginnende Spezialisierung" verstanden werden zu einem Typus des Einzelhandelsgeschäftes, der den damaligen Verhältnissen entsprach, aber mit dem heutigen Fachgeschäft wenig gemein hat. Das Gemischtwarengeschäft war besonders für Deutschland noch so vorherrschend, daß man die tatsächlich vorhandenen Spezialgeschäfte in den außerdeutschen Weltstädten, vor allem London und Paris, nicht als charakteristisches Beispiel für den Einzelhandel im 16.—18. Jahrhundert ansehen darf. Der gleichen Ansicht ist auch Bücher, der als Beispiel dafür anführt: „Noch im Beginn des 19. Jahrhunderts findet man in den erhaltenen Leipziger Adreßbüchern unter den Handeltreibenden nur vereinzelte Zeichen der Spezialisation [14])."

2. Seit Einführung der Gewerbefreiheit.

Der stärkere Ausbau des Fachgeschäftes tritt erst mit der Einführung der Gewerbefreiheit, bedingt durch den allgemeinen wirtschaftlichen Aufschwung, in Erscheinung. Grünfeld unterscheidet zwei Quellen: „1. Auflockerung und Erweiterung des aus den Handwerksinnungen hervorgegangenen Vertriebes selbsthergestellter Waren, 2. die Aufspaltung und Einengung des aus den Kaufmanns- (Kramer-)gilden hervorgegangenen Vertriebes von Handelswaren aller Art [15])," von denen besonders die erstere bedeutungsvoll zu sein scheint, während der Auflösungsprozeß der Kaufmannsgilden schon seit langem vor sich ging.

Der Fortschritt in der Entwicklung der Wirtschaft führte dazu, daß die Macht der erstarrten Zünfte von Staats wegen gebrochen wurde, um dem Vorwärtsstrebenden ein erweitertes Tätigkeitsfeld in seinem Berufe zu verschaffen.

---

13) J. Kulischer, Allgem. Wirtschaftsgeschichte, 1928, 1. Band, S. 297.
14) K. Bücher, Die Entstehung der Volkswirtschaft, S. 224.
15) Grünfeld, im H. d. E. S. 46.

Zudem war die Zahl der Detailhändler klein und die neuen Mitglieder des Einzelhandels Fachleute, die aus ihrem Handwerkerberuf die nötigen Fachkenntnisse mitbrachten. Die Entstehung dieser Betriebe ist ein wichtiger Grund zur Ausbreitung der Fachgeschäfte. Mit dieser Auflockerung ehemaliger Handwerkerbetriebe war meist eine Erweiterung des Geschäftes auf fachlicher Grundlage verbunden, die durch die Steigerung der Ansprüche des Käufers zu erklären ist. Es ist ja gerade das Merkmal eines vollkommenen Fachgeschäftes, daß es allen Ansprüchen genügt [16]).

Die „Aufspaltung und Einengung" der bestehenden Detailgeschäfte ging seit Anfang des 19. Jahrhunderts in verstärktem Maße vor sich, aber weniger durch Auflösung der Kaufmannsgilden, die ja schon längst ihre Bedeutung verloren hatten, wenn sie überhaupt noch bestanden, sondern weil die Zeit es erforderte, da der Markt größer wurde. („Die Größe des Marktes ist ein Maßstab für die Spezialisierung", Sieveking im G. d. S. 1925 V, S. 15). Die Erschließung der Welt, der Fortschritt der Industrie, die Masse der Erfindungen, die Forderungen der Hygiene, die Veränderung in der Lebensweise u. a. m. brachten eine Riesenzahl neuer Erzeugnisse auf den Markt und schufen damit oft erst die Voraussetzung für das Entstehen neuer Branchen. Um dem Verlangen der Käufer folgen zu können, mußte man sich verstärkt auf ein Spezialgebiet legen und hier große Leistungen aufweisen. Diese Entwicklung ist durchaus gesund und bis heute noch nicht abgeschlossen, da immer wieder neue Arten von Fachgeschäften entstehen.

b) Stellung in der Gegenwart.

1. Definition.

Als Fachgeschäft kann ein Einzelhandelsunternehmen nur dann gewertet und bezeichnet werden, wenn es: 1. „sich auf den Betrieb solcher Waren beschränkt, die nach ihrem Materialcharakter oder nach den Gewohnheiten und den Bedürfnissen des

16) Ein anschauliches Beispiel dieser Entwicklung bietet uns die Tabakbranche: „Mit dem zunehmenden Uebergang der Konsumenten vom Rauchtabak zur Zigarre und der steigenden Differenzierung der Zigarre hinsichtlich Fasson und Qualität, der die einzelnen Zigarrenmacher nicht mehr gewachsen waren, gaben diese mehr und mehr die Ausübung ihres Handwerks auf und wurden zu reinen Händlern. Um diese Zeit (1860) wurde so der Grund zu einer Reihe von Zigarren-Spezialgeschäften gelegt, die noch heute in Deutschland führend sind. (H. Witteler, Das deutsche Zigarrengewerbe, S. 65).

kaufenden Publikums organisch zueinandergehören, und es 2. diese Waren nicht nur in einzelnen Qualitäten und Preislagen führt, sondern ein geschlossenes Sortiment in ihnen beständig unterhält."

Dieser Definition des „Reichsbundes des Textileinzelhandels" haben sich im allgemeinen alle Fachverbände angeschlossen.

Eine Begrenzung hinsichtlich der Betriebsgröße ist möglich durch Beschränkung auf Kleinbetriebe (1—5) und Mittelbetriebe (6—50 Beschäftigte).

2. Statistik.

Wenn man ein statistisches Bild der Verbreitung der Fachgeschäfte geben will, so liegen Unterlagen dazu nicht vor, aber die Tatsache, daß das Fachgeschäft fast ausschließlich unter die Klein- und Mittelbetriebe fällt, ermöglicht es, die amtliche Statistik zu verwenden. Es entfielen im Jahre 1925 nach der gewerblichen Betriebszählung:

	auf die Betriebsgrößen					
	bis 5 Pers.		6-50 Pers.		51 u. mehr Pers.	
	Zahl	%	Zahl	%	Zahl	%
im Einzelhandel	642500	95,6	29100	4,3	871	0,1
handel						
	auf die Personen					
im Einzelhandel	1078500	70,9	307100	20,2	135400	8,9

Die Uebersicht zeigt, daß bis 1925 die Konzentrationstendenz in Deutschland (im Ausland, Amerika und England, ist es nur wenig anders) im Einzelhandel wie im Handel überhaupt, keine große Bedeutung erlangt hat. Für das Jahr 1933 dürfte die Zählung eine geringe Verstärkung der Konzentration bringen, da seit 1925 neben der fortschreitenden Entwicklung der Warenhäuser und Konsumvereine, vor allem die Einheitspreisgeschäfte und Kettenläden in Erscheinung getreten sind. In einer neueren Zusammenstellung*) wird für 1932 folgende Berechnung gebracht, die tatsächlich die angezeigte Tendenz fortsetzt:

Kleinbetriebe (bis 5 Personen einschl.)	92,14 %
Mittelbetriebe (von 6—50 beschäftigte Arbeiter)	7,59 %
Großbetriebe (mit über 50 Personen)	0,27 %

Für die Zukunft kann man umsomehr eine rückläufige Bewegung erwarten, als die bewußte Politik der Aufklärung und

*) Dr. von Renteln, Handel, Handwerk und Gewerbe in der deutschen Volkswirtschaft im Völkischen Beobachter 5. IV. 1934.

Erziehung der Bevölkerung schon Erfolge in dieser Hinsicht zeitigte, indem die Umsatzzahlen der Großbetriebe für 1933 stark zurückfielen.

Für Dezember 1933 im Vergleich zum Dezember 1932 war der Umsatz in:

I. Textilien und Bekleidung.	II. Hausrat und Möbel	III. Nahrungs- und Genußmittel (i. Jahresdurchschn.)
Fachgeschäfte:		
15 % Zunahme	25 % Zunahme	3,6 % Abnahme
Warenhäuser:		
4,6 % Zunahme	7,8 % Zunahme	22,2 % Abnahme

3. Die Gründe seiner Bedeutung.

Es ist hinsichtlich der Entwicklung zum Großbetrieb zwischen den einzelnen Gliedern der Wirtschaft ein Unterschied zu machen. Für die Industrie bringt der Großbetrieb ganz andere Voraussetzungen mit, wie für den Handel, ja eine Anzahl Industriebetriebe sind ohne Großbetrieb garnicht existenzfähig (Montan- und Elektroindustrie, Textilfabriken). Im Handel liegen die Dinge anders. Während der Groß- und Ueberseehandel zum Großbetrieb tendiert, ist für den Einzelhandel der Klein- und Mittelbetrieb zumindest in allen Branchen dem Großbetrieb nicht unterlegen. Es besteht hier kein Gesetz von den abnehmenden Kosten (Bücher), das wie in der Industrie eine Konzentration bis zu einer gewissen Größe ratsam und wirtschaftlich erscheinen läßt. Der Grund dafür ist: die geringe Bedeutung der Maschine. Für den Einzelhandel ganz besonders hat die Mechanisierung des Betriebes keine ausschlaggebende Bedeutung erlangt. Die variablen Kosten übersteigen an Bedeutung bei weitem nicht die fixen. Der Einzelhandel ist arbeitsintensiv orientiert. Man darf hier die Gültigkeit des eigentlich für alle Wrtschaftszweige geltenden Gesetzes vom abnehmenden Ertrage feststellen und sagen, daß es im Einzelhandel eher wirksam wird, als z. B. in der Industrie.

Auf einen sehr beachtlichen Einwand gegen die Existenz von Großbetrieben im Handel überhaupt weist Sieveking hin*) „gewiß sind im Handel Großbetriebe denkbar, bei denen ein Leiter mit einer Schar von Angestellten und eigenem Kapital, das vor allem aus zurückgelegten Geschäftsgewinnen herrührt, waltet. Allein derartigen Großbetrieben wird in der Regel keine lange

*) Sieveking, Im G. d. S., a. a. O. S. 17;

Lebensdauer beschieden sein, weil ihre Ausdehnung vor allem auf den persönlichen Eigenschaften und Leistungen ihres Leiters beruht. Daher erscheint für den kaufmännischen Betrieb insonderheit das Wort von den drei Generationen geprägt, von denen die erste sich mühsam emporarbeitet, die zweite auf der Höhe steht, während es mit der dritten wieder abwärts geht."

„Daß in dem Kampf zwischen den konzentrationsfördernden und konzentrationshindernden Kräften im Detailhandel diese den Sieg davorgetragen haben, unterliegt keinem Zweifel [17])." Diese Erkenntnis hatte man nicht in allen Zeiten, denn tatsächlich schien mit dem Vorrücken der Großbetriebe das Konzentrationsgesetz im Handel zu Recht zu bestehen. In Oesterreich z. B. zog man daraus die Schlußfolgerung, von marxistischer Seite keine Konsumvereine zu gründen, um nicht das Konzentrationsgesetz im Tempo seiner Erfüllung zu behindern.

Dazu kommen im einzelnen noch folgende Gesichtspunkte, die erklären, daß das Vordringen der Großbetriebe bisher so wenig erfolgreich war trotz aller Machtmittel und wirtschaftlicher Vorteile, die diese Organisationen für sich haben:

1. das Streben (besonders in Deutschland), persönlichen Geschmack und Qualitätsansprüche im Fachgeschäft zu befriedigen,
2. die Krisenfestigkeit des Kleinbetriebes,
3. die Unterstützung des Einzelgliedes durch seine Gemeinschaftsbildungen (Fachverbände, Genossenschaften u. a.),
4. die bessere örtliche Anpassung an die Bedürfnisse der Kundschaft,
5. ungünstige Einwirkungen des Kapitalismus auf den Großbetrieb.

Ad 1) „Für verwöhnten Geschmack ist die Auswahl in den Warenhäusern zu klein und kommt deshalb nur das reich „assortierte" Spezialhaus in Frage [18])." Mit anderen Worten: Die Domäne des Warenhauses, noch mehr der Einheitsgeschäfte und Kettenläden ist der Massenartikel. Daraus hat sich die Folgerung ergeben, daß das nicht unbedeutende Verlangen nach erstklassigen Waren den Bestand des Fachgeschäftes auf vielen Gebieten gesichert hat. Denn es ist verständlich, daß derjenige, der auf Güte sieht und nicht nur den Preis des Gegenstandes zum Entscheidungspunkt seines Kaufes macht, eher ins Fachgeschäft als

17) W. Sombart, a. a. O. III. Bd. 2. Halbbd. S. 869
18) W. Sombart, a. a. O. S. 866.

in das Warenhaus oder in den Einheitsladen geht. Selbst die finanziellen Nöte der Nachkriegszeit konnten wir keinen grundlegenden Wandel erwirken.

Dazu kommt, daß die persönliche Fühlungnahme des Geschäftsinhabers nie durch die Tätigkeit der Angestellten zu ersetzen ist, und die Erfahrung eines Fachmannes sehr häufig bei der Bedienung seiner Kunden von ausschlaggebender Bedeutung ist.

Ad 2) Das Beispiel der letzten Jahre lehrt, daß der Kleinbetrieb häufig krisenfester als der Großbetrieb ist. Trotz Benachteiligung hinsichtlich der Kreditgewährung besonders seitens der Großbanken, die vor allem Groß-(Real-) Kredite gaben, blieb der gesunde Kern des Fachhandels erhalten. Es ist eben nicht die große Aktiengesellschaft ein sicherer Schuldner, sondern der kleine Mann. Ja man darf beinahe sagen: je größer und riesenhafter ein Unternehmen ist, desto kreditbedenklicher und unübersichtlicher ist es auf der anderen Seite. Schacht hat einmal gesagt: „Gerade der Initiative und Verantwortung des kleinen Geschäftsmannes, Fabrikanten, Landwirtes und Unternehmers wird jede Unterstützung zuteil werden müssen, nachdem die Ueberorganisation der Konzerne nicht nur soziale, sondern auch manche wirtschaftliche Nachteile ans Licht gebracht hat."

Der Kleinbetrieb ist elastischer, wurzelfester, durch persönliche Enthaltsamkeit kann manche Krise eher überwunden werden. Der kleine Geschäftsmann kann seinen Betrieb leichter in billigere Räumlichkeiten verlegen, um damit seine Unkosten einzudämmen. Der Großbetrieb aber ist an seinen Standort gebunden, da für seine Einrichtungen schwer ein Nachfolger zu finden ist (Warenhäuser).

Die Millionenkredite der letzten Jahre an unsere Großbetriebskonzerne dürften für den Staat verloren sein, während der Personalkredit für den Kleinbetrieb meist gesicherter ist. Der Ruf aller Kreise nach Pflege dieses Geschäftes ist durchaus am Platze.

Ad 3) Die Ausführungen dieses Abschnittes machen das Kernstück der vorliegenden Arbeit aus. Die Aufgabe der Einzelhandelsfachverbände ist es geradezu, auf den verschiedensten Gebieten den Mitgliedern das Rüstzeug für den Kampf im Wirtschaftsleben zuliefern. Es kann festgestellt werden, daß in Deutschland durch die mehr oder minder straffen Verbandsorganisationen dabei Erfolge errungen wurden.

Ad 4) Es ist notwendig, daß zur Regelung einer ausreichenden Versorgung der Bevölkerung vor allem mit Lebens- und Genußmitteln eine einigermaßen gleiche Verteilung der Geschäfte

in allen Stadtteilen gegeben ist. Bequemlichkeit und Zeitersparnis für die Kunden durch die örtliche Anpassung des Fachgeschäftes sind Vorzüge, die der Großbetrieb (Einheitsgeschäft, Warenhaus) nicht immer erfüllen kann. Zudem ist aus Erfordernissen der Hygiene (Lebens- und Genußmittel sind leicht der Verderblichkeit ausgesetzt) es erwünscht, wenn der Transportweg vom Händler zum Verbraucher möglichst kurz ist [19]).

Ad 5) „Der Kapitalismus verwehrt aber auch das Menschenmaterial, aus dem die Händler, zumal die kleinen, sich ergänzen können [20])." Aus dem Handwerk, aus Arbeiter- und Beamtenkreisen und den Nachkommen der „oberen Bevölkerungsschichten" strömen in der heutigen Zeit ständig neue Massen in den Einzelhandel ein, um hier ihr Glück zu suchen. Wenn auch mancher Unfähige ausscheidet, so bleiben doch stets viele zurück, die den Lebenskampf gegen ihre Konkurrenz aufnehmen müssen, ob sie wollen oder nicht. Erst der Kapitalismus hat die Voraussetzungen dafür geschaffen, daß dieser Zustrom stetig in Bewegung bleibt. Denn durch geeignete Kredite ist es eigentlich heute jedem Menschen möglich, sich als Händler zu betätigen, wodurch natürlich die Konkurrenz für die Großbetriebe stark vermehrt wird.

Eine typische Erscheinung der modernen Wirtschaft ermöglicht es dem Kleinhandel, ohne sein Zutun ebenbürtiger Konkurrent des Großbetriebes zu sein. Der „Markenartikel", dessen große Verbreitung in der heutigen Zeit in mancher Hinsicht einen Vorteil bedeutet (Standartqualität), ist durch seinen festgelegten Verkaufspreis ein Gut, das der Spekulation der Großbetriebe entzogen ist. Es ist gleich, ob man ihn im Warenhaus oder beim Fachhändler ersteht. So kommt es, daß z. B. Tabakwaren (vor allem Zigaretten) ein Artikel sind, dessen sich der Großbetrieb nur wenig bemächtigt hat.

3. Gründe seiner Bedeutung.

c). Stellungnahme des Staates.

Die Ausführungen über den Ursprung, das statistische Bild und die Aufzählung der Gründe, warum das Fachgeschäft als

19) Die gemachten Ausführungen treffen nur theoretisch zu, da ja die Warenhäuser niemals so zahlreich sind, daß damit die Verteilung der Lebensmittel durch Fachgeschäfte in den einzelnen Stadtteilen gefährdet wäre.

20) W. Sombart, a. a. O. S. 868.

typischer Kleinbetrieb bisher seine Bedeutung im Wirtschaftsleben beibehalten konnte, haben uns das Wesen dieser Einrichtungen vor Augen geführt.

Die Materie wäre aber unvollständig behandelt, wenn man nicht den Einfluß der nationalsozialistischen Bewegung, also des Staates, da ja beide eine Einheit bilden, berücksichtigen wollte. Der Punkt 16 des Parteiprogramms sagt: „Wir fordern die Schaffung eines gesunden Mittelstandes und seine Erhaltung, sofortige Kommunalisierung der Großwarenhäuser und ihre Vermietung zu billigen Preisen an kleine Gewerbetreibende, schärfste Berücksichtigung aller Kleingewerbetreibenden bei Lieferungen an den Staat, die Länder und Gemeinden."

Grundsätzlich ist damit festgestellt, daß man die Großbetriebe mit einzelhändlerischer Funktion als Fremdkörper einer nationalsozialistischen Wirtschaft ansieht. Das staatsmännische Feingefühl unserer verantwortlichen Männer hat mit wenigen Ausnahmen bisher geschickt die Einordnung dieser „fremden Wirtschaftsorganisationen" in den Kreislauf der Wirtschaft vorbereitet. Das Verbot weiterer Gründungen von Warenhäusern, Einheitsläden und Konsumvereinen, die Herausnahme handwerklicher Betriebe, die Rabattbegrenzung, die Einschränkung sogenannter Ausnahmetage, sind der Anfang, dem Fachgeschäft den Rücken zu stärken, ohne dabei das Arbeitslosenproblem ungünstig zu beeinflussen. Andererseits bringen auch die Vertreter der Großbetriebe häufig Verständnis für die veränderte Sachlage auf. Den erwähnten Maßnahmen der Regierung ist man in Einzelfällen zuvorgekommen. Handwerksbetriebe (es handelt sich hauptsächlich um die Photo-, Sattler-, Polsterer- und Schuhmacherbranche) wurden geschlossen, Großfilialbetriebe haben sich aufgelöst und in mittelständische Einzelexistenzen auf genossenschaftlicher Grundlage umgewandelt. Häufiger ist der Verkauf an Fachhändler, wie er in der Form der Auflösung der Werkskonsumanstalten stattfand. Dieses Vorgehen muß aber von allen Seiten mit peinlichster Sorgfalt ausgeführt werden und seine Auswirkungen können daher vorläufig nur gering sein. Anders verhält es sich mit der Unterstützung in Wort und Schrift. Die Weimarer Verfassung brachte in Artikel 164: „Der selbständige Mittelstand in Landwirtschaft, Gewerbe und Handel ist in Gesetzgebung und Verwaltung zu fördern und gegen Ueberlastung und Aufsaugung zu schützen."

Diese schönen Sätze haben nur deklamatorischen Wert gehabt. Dazu stehen im Gegensatz einmal die bisherigen Leistungen der neuen Regierung, zum andern Aeußerungen der leitenden Männer. „Die Wichtigkeit des Einzelkaufmannes, der sein Geschäft unter eigener Verantwortung führt, ist von leitenden Persönlichkeiten der Wirtschaftspolitik betont, diese Anerkennung ist mit einer deutlichen Absage an jeden Kollektivismus verbunden worden [21])." Der Reichswirtschaftsminister Dr. Schmitt hat wiederholt das Wort ergriffen und grundsätzliche Worte über die Bedeutung der Persönlichkeit im Wirtschaftsleben geprägt. Er hat aus seinen eigenen Erfahrungen dargelegt, wie in allem und jedem der Mensch und seine Leistung entscheide, ganz gleich, wie groß oder klein der Wirtschaftsbereich des einzelnen ist. „Das große Problem der nationalsozialistischen Wirtschaft sei nicht nur eine neue Konstruktion des Wirtschaftsgebäudes, sondern die Schaffung und Erneuerung des wirtschaftenden Menschen [22])."

In gleicher Richtung gehen die Ausführungen des Wirtschaftsbeauftragten des Reichskanzlers W. Keppler: „Wir wollen aufbauen auf der einzelnen Person des unternehmenden Kaufmannes, der sein Geschäft in jeder Sparte voll übersehen kann, gute Fachkenntnisse besitzt und für jede Handlung voll verantwortlich sein muß und mit seiner Person und seinem Vermögen haftet [23])."

Diese Ausführungen lassen sich beliebig vermehren. Sie zeigen, daß man an verantwortlicher Stelle sieht, daß die freie Unternehmertätigkeit im Einzelhandel berufen ist, mehr als bisher in den Vordergrund gerückt zu werden.

d) Weg zum Aufstieg.

Bei der Werbung des Fachhandels ist auf die Bedeutung der „Qualität" hinzuweisen. Mit dem Begriff „Fachmann" verbindet sich „gute Leistung". Wer etwas Gutes, etwas Bewährtes zu erwerben wünscht, bedient sich des fachmännisch geführten Geschäftes. Allerdings stehen dem stärkeren Vordringen des Qualitätsgedankens große Hindernisse insofern im Wege, als mancher Käufer aus Mangel an Mitteln gezwungen ist, auf Qualitätserzeugnisse zu verzichten.

---

21) Tiburtius in der Zeitschrift des Verbandes des Einzelhandels, Dortmund 1933, Nr. 22 S. 2.

22) Kölnische Zeitung 11. 12. 1933

23) W. Keppler im „Drogenhändler" 1933 Nr. 86, S. 2342.

Die Werbung für das Fachgeschäft ist aus erzieherischen Gründen den Einsatz aller maßgebenden Stellen (Behörden, Handels- und Gewerbeorganisationen) wert. Der Erfolg würde einen großen Gewinn für den Fortschritt der Volkswirtschaft bedeuten.

Die wesentlichste Werbung für das Fachgeschäft muß dem Fachhändler selber überlassen bleiben: Durch Steigerung seiner Leistungsfähigkeit jeder Konkurrenz überlegen zu werden. Der Staat soll ihn dabei nur beraten und unterstützen. Wenn auch heute noch nicht alle Betriebe den Anforderungen entsprechen, so wird ihr Existenzkampf dann besonders erfolgreich, wenn alle vorhandenen Möglichkeiten erschöpft werden und ihr ökonomisches Verhalten im wesentlichen den Normen der modernen Korporativwirtschaft entspricht (Interessen- und Fachverbände). „In diesem Komplex liegt der tiefste Grund, warum die Einzelhandels-Kleinunternehmen in der modernen Wirtschaft zurückgedrängt werden [24])."

C. Der Einzelhandelsfachverband.

a) Definition.

Die Einzelhandelsfachverbände sind Fachorganisationen, die die Belange ihrer Branche wahrnehmen. Ihre Mitglieder sind Angehörige einer Branche, aber nicht ausschließlich Einzelhändler. (Agenten, Vertreter, Großhändler, Fabrikanten als außerordentliche Mitglieder).

b) Einordnung.

Die Geschichte der Volkswirtschaft lehrt uns ihre Entwicklung. „Sucht man die großen Züge der Entwicklung der Volkswirtschaft herauszuarbeiten, so mag man von Wirtschaftsstufen sprechen [25])", die aber immer nur in großen Linien ohne feste zeitliche Abgrenzung das umreißen können, was wir als eine Einheit auffassen.

Bei einer solchen Einteilung kann man von sehr verschiedenen Gesichtspunkten ausgehen. Unter Berücksichtigung der Einordnung unserer Verbände als Gemeinschaftsorganisation in

---

24) Wiegel, Der Einzelhandel in der modernen deutschen Wirtschaft, S. 96 ff.

25) Weber, Adolf „Allgemeine Volkswirtschaftslehre, S. 6, 3. Aufl. München 1930.

die Volkswirtschaft wollen wir die Einteilung vornehmen hinsichtlich „der überindividuellen Zusammengehörigkeit (Universalismus) einerseits und des Fürsichseins (Individualismus) andererseits (O. Spann und W. Mitscherlich) [26]).

Dabei kommt Spann zu folgender Aufteilung:

1. die reine oder freie Verkehrswirtschaft oder der Kapitalismus;
2. die reine Planwirtschaft oder die kollektivistisch-kommunische Wirtschaft;
3. die ständisch gebundene Wirtschaft;
4. die frei geregelte Wirtschaft oder der gemäßigte Kapitalismus [27]).

Diesen fundamentalen, aber einseitig theoretischen Typen stellt Mitscherlich sein geschichtlich begründetes System gegenüber:

1. Die Stufe der einfachen Gemeinwirtschaft: der soziale wie der wirtschaftliche Aufbau ist denkbar einfach und undifferenziert.
2. Vordringen des wirtschaftlichen Individualismus bis zum ungefähren Gleichgewicht von Universalismus und Individualismus: Stufe der korporativ gebundenen Wirtschaft auf gemeinwirtschaftlicher Grundlage. Das Wirtschaftsleben zerfällt in Einzelwirtschaften, diese aber sind nicht frei, sondern korporativ gebunden. Das Ganze wird von gemeinwirtschaftlichem Geiste beherrscht. Der wirtschaftliche und soziale Aufbau der Wirtschaftsgemeinschaften dieser Stufe ist differenziert und weist Feinheiten auf.
3. Vorherrschaft des wirtschaftlichen Individualismus: Stufe der freien Einzelwirtschaft. Das Wirtschaftsleben kennt im Prinzip nur noch freie Einzelwirtschaften. Die Wirtschaftsgemeinschaft ist das Zusammenwirken von Einzelwirtschaften. Der soziale und wirtschaftliche Aufbau hat einen hohen Grad von Feinheit und Differenziertheit erreicht.
4. Vordringen des Universalismus: Stufe der korporativ gebundenen Wirtschaft auf einzelwirtschaftlicher Grundlage, komplizierte korporative Wirtschaft [28]).

In dieses System Mitscherlichs sollen die Organisationen eingeordnet werden. Die Geschichte der Fachverbände weist einen Weg dahin auf. Wenn wir die zweite Stufe als das Zeitalter der

---

26) Weber, a. a. O. S. 7.
27) Weber, a. a. O. S. 16.
28) Weber, a. a. O. S. 16

Zünfte und Gilden ansehen, haben wir die Vorläufer unserer Fachverbände hier zu suchen. Zu Beginn der dritten Stufe gehen sie zugrunde, um am Anfang der vierten ihre Auferstehung zu erleben.

In Parallele zum Aufbau der Wirtschaft, die den Charakter der „freien" Verkehrswirtschaft verliert und als gemäßigter Kapitalismus bezeichnet werden kann, geht die Organisation der Träger der Wirtschaft, der Unternehmer und Arbeiter, in Verbänden einher. Damit wird diese „Organisation zu Verbänden" ein wichtiger Teil der gebundenen Wirtschaft innerhalb der vierten Stufe. „Der wichtigste Bereich korporativen Zusammenwirkens innerhalb des Staates ist neben der Gemeinde und Kirche die Wirtschaft [29])."

c) Organisationsbegriff.

Organisationen haben den Drang, „einen Kreis Gleichartiger nicht als Inbegriff eines mechanischen Baugefüges, eines Gefüges mechanisch geschichteter Elemente anzusehen; vielmehr als ein Inbegriff von Handlungen mit ihren Hilfsmitteln (Gütern), die aber als Handlungen nicht mechanisch, sondern sinnvoll, rangordnungsgemäß zusammenhängen. Organisation ist demgemäß ihrem allgemeinsten Gefüge nach nichts mechanisch Begreif- und Bestimmbares [30])." Organisation wird geboren, nicht geschaffen.

Die Entstehung der Fachorganisationen, wie es die Einzelhandelsfachverbände sind, zeigt, daß diese Gemeinschaften nicht als „mechanisch geschichtete Gefüge" geschaffen sind, sondern sinnvoll, notwendig und zeitbedingt einen Organismus in der Gesellschaft darstellen.

d) Organisationszwang.

Organisationen haben den Drang, „einen Kreis Gleichartiger lückenlos zu erfassen [31])." (Organisationszwang), je mehr sie die organische Verrichtung im Ganzen der Gesellschaft übernehmen und damit ständischen Charakter erlangen. „Zum Organisationszwang muß auch aus diesem Grunde alles hindrängen, weil die Außenseiter einerseits das Organisationswerk jederzeit stören

29) O. Most, Die Selbstverwaltung der Wirtschaft, S. 3.
30) O. Spann: Organisation, im Hdwb. d. Staatsw. IV. Aufl. S. 766.
31) O. Spann. a. a. O. S. 775.

und bedrohen, andererseits ohne Opfer ihrerseits an den Vorteilen der Organisation teilnehmen." Diese Auffassung steht in bemerkenswertem Gegensatz zu der Ansicht, daß man Außenseiter als Unorganisierte gar nicht als Kollegen ansprechen solle und ihre Zugehörigkeit zur Organisation wenig erwünscht sei [32]). Mit anderen Worten: Der Individualist glaubt, daß für das Einzelglied Freiheit bestünde zur Bindung an die Gemeinschaft. Es würden sich nur diejenigen organisieren, die eine Sonderstellung einnehmen, die kraft eigener Entscheidung und Willensäußerung die Vorzüge einer Organisation genießen wollen. Sie stellen eine Elite dar. Der Rest ist weder als gleichrangig anzusehen noch sein Beitritt zur Gemeinschaft erwünscht.

Der Universalist erkennt, daß die Organisation zum Zusammenschluß aller tendiert, daß es in ihrem eigentlichen Wesen liegt, alle zu erfassen, und daß darum ein Organisationszwang bestehen muß, wenn sie die organische Verrichtung im Ganzen der Gesellschaft übernimmt. Aber in der lückenlosen Organisation soll ja nicht die Menge herrschen, sondern die Besten über die Masse.

e) Organisationsziel.

Abschließend sagt Spann: „Bei den wirtschaftlichen Organisationen im besonderen zeigt sich daher überall die Entwicklung zum Korporativen und Ständischen, zur Zunft. Sowohl Kartell wie Gewerkschaft gingen ursprünglich vom liberalen Gedanken des bloßen Preisegoismus aus. Die Einschränkung des Wettbewerbes untereinander sollte das Mittel dazu sein. Der innere Organisationszwang führt sie immer mehr und mehr dazu, sich als organisches Glied der Volkswirtschaft zu erkennen [33])." Diese Grundeigenschaft der Organisation, gleiche Glieder der Gesellschaft zusammenzufassen, schafft die Grundlage für den Aufbau einer ständisch gegliederten Gesellschaft.

f) Hemmende Faktoren.

Das für die gesamte Volkswirtschaft Gesagte gilt auch für den Einzelhandel im speziellen, wenn auch die Vorzeichen oft andere sind, d. h. die Voraussetzungen in diesem Wirtschaftsgebiet besonders schwierig gelagert sind.

---

32) vergl. A. Lampe, „Einzelhandel" im Hdwb. d. Staatsw. 4. Aufl. 1925, S. 509.

33) Spann, a. a. O. S. 776.

Ganz allgemein kann man sagen, daß 1. zwar im Zünfte- und Gildewesen der Vergangenheit ein Vorbild für Einzelhandelsorganisationen bestand, aber 2. persönliche und sachliche Schwierigkeiten es verhinderten, rechtzeitig an diese Vorbilder anzuknüpfen, wie es im Handwerk geschah. Persönliche Schwierigkeiten bestanden insofern: „Die große Schar der Einzelhändler, die verschiedensten sozialen Schichten entstammt und denkbar ungleiche Vorbildung und Berufsschulung aufweist, ist naturgemäß sehr viel schwerer in einheitlichen Verbänden zusammenzufassen, als etwa die weniger zahlreichen Fabrikanten eines Geschäftszweiges [34])", oder die gleichartige Masse der Handwerker. Zudem fehlten eine Zeitlang die geeigneten Männer, die diese Pionierarbeit übernehmen konnten.

Als sachliche Schwierigkeiten sind zu nennen: Die Einzelhändler sind zerstreut über das ganze Land, sie nehmen eine Mittelstellung zwischen Produzenten und Konsumenten ein. In diesem Zweifrontenkampf gegen überlegene Gegner (die Produzenten waren frühzeitig straff organisiert, die Konsumenten genossen vielfach die Unterstützung des Staates gegen die „Ausbeutung des Einzelhandels") war es sehr schwierig, die geeigneten Voraussetzungen für eine Organisation zu schaffen.

Der stärkste Hinderungsgrund zur Organisation dürfte lange Zeit darin bestanden haben, daß man im Einzelhandel ganz besonders freudig die mit Einsetzung der Gewerbefreiheit verbundene wirtschaftliche Freiheit begrüßte und sich ihr hemmungslos hingegeben hatte, um erst allmählich die damit verbundenen Schäden zu erkennen.

g) Vorläufer.

Bevor die Gründungen der einzelnen Verbände besprochen werden, lohnt es sich, kurz einen Rückblick auf die schon erwähnten Vorläufer dieser Verbände zu werfen. Den „Zünften und Gilden" ist in ihrer Blütezeit eine große Bedeutung zuzurechnen: Sie hatten nicht nur wirtschaftliche, sondern daneben auch religiöse Ziele, wovon die Verehrung von Schutzheiligen an besonderen Altären und dergleichen Kunde gibt. Weiter: „Die Zunft betreibt und erreicht, daß in sehr vielen Fällen die Gewerbepolizei in Zunftsachen in ihre Hände gelegt wird und unterhält dann ein Gewerbegericht [35])." Darüber hinaus ist sie zuweilen ein Militärverband, dem die Verteidigung der Stadt obliegt.

---

34) Lampe, a. a. O. S. 562.
35) M. Weber; Wirtschaftsgeschichte S. 131.

Solidarische Ziele erstrebt sie durch Unterhalt alter und gebrechlicher Mitglieder, Witwenversorgung, Kinderausbildung. Man darf behaupten: „Die Zunft erfaßte den ganzen Menschen."

In der Folgezeit verlieren diese alten Gemeinschaftsformen immer mehr an Wert und Bedeutung, aber ihr Bestand ist bis in das 19. Jahrhundert erwiesen (Sombart).

Ihre Tätigkeit richtete sich während der Verfallszeit auf Beschränkung des Zugangs zum Fach durch Forderung einer übermäßig langen Lehr- und Gesellenzeit, durch Kompetenzbeschränkungen, Monopolpolitik und ähnliches. Ihr ehemals großer Einfluß auf das öffentliche Leben war geschwunden. Als durch Erlasse des Freiherrn vom Stein (1807) die gesetzliche Auflösung begann, war damit nur der Schlußstrich unter eine längst vollzogene Entwicklung gezogen. Stein „brauchte sich damals keine Sorge darum zu machen, daß Freiheit durch üble Wettbewerbsmethoden zum Schaden ehrbarer Konkurrenten mißbraucht werden könnte. Denn in der verhältnismäßig kleinen Zahl von Detailhändlern jener Zeit überwogen die ausgebildeten Fachkaufleute, die ihr engeres Berufsfeld in der scharfen Schulung der vorangegangenen Zunftordnung gründlich erlernt hatten [36])." Wenn auch die Gilden oder Zünfte ihre Bedeutung verloren hatten, der Kaufmannsstand folgte durchweg ehrbaren berufsmoralischen Regeln, bis es in großem Umfange möglich wurde, daß berufsfremde Elemente ohne Auswahl in den Einzelhandel drangen, die sich ohne Beschwerden über die Tradition hinwegsetzten und mit bloßem Gewinnstreben ihre Tätigkeit erfüllt sahen. (Man darf nicht vergessen, daß vordem der Kleinhändler häufig sein Streben nur auf Nahrungsbefriedigung gerichtet hatte, wie vielleicht heute noch mancher Handwerker. Darüber hinaus Reichtümer zu erwerben, schien ihm überflüssig). Daß dieser Zustand in der weiteren Entwicklung nicht bestehen bleiben konnte, ist eine Tatsache, die durch die neuen Organisationen behoben werden sollte. Es wurde immer stärker der Gedanke lebendig, in Gemeinschaften den Auswüchsen zu begegnen, um sie von hier aus wirksamer zu bekämpfen. (Die Gründe dafür sind in einem besonderen Kapitel klargelegt.)

h) Arten.

Man kann grundsätzlich zwei Arten von Verbandsorganisationen unterscheiden:

---

36) Tiburtius, in: Der Einzelhandel, Dortmund, Nr. 22, 1933 S. 2.

1. den sozialpolitischen Typ (Arbeitgeber-, Arbeitnehmerverbände[37]), Fachverbände), Spitzenverbände.
2. den wirtschaftspolitischen Typ, (Genossenschaften, Kartelle, Syndikate).

Im Einzelhandel hat besonders der erste Typ Bedeutung erlangt. Zwischen Fach- und Spitzenverbänden, d. h. solchen Organisationen, die in erster Linie überfachliche Ziele verfolgen, hat jahrelang „ein Ringen um die Macht" Kraft an einer falschen Stelle vergeudet, bis man erkannte, daß beide Arten nebeneinander ihre Bedeutung haben, aber daß alle Versuche, eine gemeinsame Front der Einzelhändler aufzubauen, nur auf der Grundlage starker Fachverbände geschaffen werden konnte. „Der Fachverband ist das Fundament für die gesamte Einzelhandelsbewegung! Ohne Fachverband keine gesunde berufständische Arbeit[38])." Lampe drückt sich ähnlich und zustimmend aus, wenn er sagt: „Der Ausbau der Spitzenorganisationen wäre kaum möglich gewesen, wenn ihr nicht die bereits ziemlich weit entwickelten Fachverbände eine starke Grundlage geboten hätten[38])."

i) Allgemeine Entstehungsgründe.

Die Gründe, die zur Gemeinschaftsbildung im Einzelhandel führten, sind für die verschiedenen Arten (Fach- und Spitzenverband) zum Teil die gleichen. Solche übereinstimmenden Gründe sind vor allem der Kampf gegen die Zeiterscheinungen, die herrühren: 1. aus dem Vordringen „berufsfremder Personen, denen es an Warenkunde und allgemeinen kaufmännischen Kenntnissen mangelt," wodurch ein Wirtschaftsgeist in die Reihen des Einzelhandels getragen wurde, der schwere Schädigungen zur Folge hatte; 2. aus Staatseingriffen (Gesetzen, Verordnungen), die eine Beschränkung der wirtschaftlichen Tätigkeit zur Folge hatten; 3. auf dem Aufkommen großkapitalistischer Unternehmungsformen in der Einzelhandelssphäre (Warenhäuser, Konsumvereine); 4. aus der Behauptung des Standes gegenüber den anderen organisierten Ständen (auch Verbrauchern gegenüber); 5. aus der Notwendigkeit der Abwehr handelsfeindlicher Bestrebungen schlechthin.

37) Die „neue Wirtschaftsorganisation" faßt innerhalb der Fachverbände Arbeitgeber und Arbeitnehmer zusammen.

38) J. Janssen, M. d. L. und R. W. R. in der Schoko-Jubiläumszeitung 1931, S. 1640.

Dazu kommt der Kampf gegen Borgunwesen, Aufstellung schwarzer Listen schlechter Zahler und ähnliches. Dieser Abwehrkampf machte mit seinem negativen Inhalt besonders das Wirken der Spitzenverbände aus.

Die Fachverbände gingen darüber hinaus. Ihr Aufkommen ist geknüpft an die Arbeit für die fachliche Fortbildung, Erziehung des Nachwuchses, Pflege von Geselligkeit, Ausbau von Kreditorganisationen, Erschließung billiger Einkaufsquellen, Gemeinschaftswerbung, Rechts- und Steuerschutz, soziale Einrichtungen und anderes mehr.

Abschließend kann man sagen: Als einmal erkannt war, daß übertriebene Aengstlichkeit, mit der den Fachgenossen der Einblick in die eigene Geschäftsgebarung vorzuenthalten sei, kein Hinderungsgrund für die besonderen Darbietungen der Organisation sein dürfe traten deren Vorzüge klar zutage: daß „die Aufklärung über neue Geschäftsmöglichkeiten, über spezielle Rechts-, Steuer- und Buchhaltungsfragen, kurzum greifbare, das eigene Geschäft direkt berührende Vorteile, eben nur dem der Fachorganisation angehörenden Konkurrenten zugute kamen, wenn sie selbst sich dem Verbandsleben fernhielten. Aus diesen Tatsachen dürfte es zu erklären sein, daß lange vor der Entstehung eines maßgebenden allgemeinen Berufsverbandes eine Reihe recht fest gefügter Fachverbände des Einzelhandels geschaffen wurde [39])."

k) Bedeutung der persönlichen Initiative.

Der Versuch, einen Abschnitt den in einer Organisation gestaltenden Männern zu widmen, wird durch ihre Leistungen gerechtfertigt. Solche Männer fühlten vor der Menge ihrer Fachgenossen den Drang zur Organisation als Ausfluß ihrer Wirtschaftsgesinnung in sich. Sie waren Führer mit dem besonderen Talent des Organisierens. Sie waren besessen von ihrer Idee der Einigung ihrer Fachgenossen und haben ihre Lebensarbeit darin gesehen, oft unter Hintansetzung geschäftlicher Erfolge sich für das Wohl ihrer Fachgenossen einzusetzen. Mag auch zum Teil persönlicher Ehrgeiz eine Triebfeder ihres Tuns gewesen sein, eine Organisation kann sich auf die Dauer darauf nicht allein stützen. Diese Männer haben das Führerprinzip im besten Sinne des Wortes verwirklicht: „ihre Aufgaben verantwortungsvoll zu

39) Lampe, a. a. O. S. 504.

gestalten." „Das Glück und die Stärke einer Nation, ihr kulturelles und ihr wirtschaftliches Wohl ist nicht die Type, sondern in der Persönlichkeit gelegen [40])."

D. Die Einzelhandelsfachverbände der Gruppe Lebens- und Genußmittel. (Allgemeiner Teil)

I. Wesen.

a) Spezielle Gründungsanlässe.

Wie die erwähnten Gründungsanlässe im einzelnen auf Gründung der Fachverbände innerhalb der Lebens- und Genußmittelbranche wirkten, zeigt der folgende Abschnitt. Es ist als sicher anzunehmen, daß sie alle mehr oder minder ihren Einfluß ausgeübt haben. Man empfand, diese Bewegung geht durch alle Glieder der Volkswirtschaft, „daß man nur innerhalb einer Organisation den Schäden und Auswüchsen der Wirtschaft wirksam begegnen könne." Man mußte zu einer Kollektivierung der Interessengegensätze (Heinrich Weber) kommen, nachdem die Gegnerschaft des Einzelnen gegen den Einzelnen schwere Schäden offenbart hatte. Man mußte das wirtschaftliche Leben durchorganisieren.

Es ergibt sich von selbst, daß im Folgenden in erster Linie die Gründung der Reichsverbände berücksichtigt wird, aber daneben weitgehend die Gründungsanlässe bedeutender älterer Zweigvereine hinzugenommen werden müssen, um nicht ein falsches Bild entstehen zu lassen. Ganz eindeutig kann man auch hier die Beweggründe, die in einem bestimmten Zeitpunkt zum Zusammenschluß führten, nicht feststellen. Es bestehen in fast allen Fällen Querverbindungen von einer Gruppe zur anderen, und aus diesem Vielerlei heraus wird die Tat einer Verbandsgründung geboren. Immerhin lassen sich sechs Gruppen unterscheiden.

Bildungsbestreben.

Vornehmlich Bildungsbestrebungen waren es, die zur Gründung der ersten Apothekervereine führten. Man wollte das fehlende Studium ersetzen oder das Vergangene vertiefen. Demgegenüber traten wenigstens im Anfang Wohlfahrtsbestrebungen zurück, die bald darauf eine große Bedeutung erlangten.

40) Lampe, a. a. O. S. 504.

Stärkung des Standesgefühles.

Wenn ein neuer Berufsstand mit der Entwicklung der Zeit anfängt, feste Gestalt zu gewinnen, hängt er häufig eine zeitlang in der Luft. Seine Existenz muß durch klares Herausstellen seiner Aufgaben und Ziele (Standeserziehung) von einer Standesvertretung festgestellt werden. So ging es dem Feinkost und dem Schokoladen-händlerverband, deren Lösung vom Kolonialwarenhändler (Feinkost) und vom Konditor (Schokoladen-Händler) eigentlich erst mit der Gründung ihrer Spezialverbände in die Erscheinung tritt. Aehnlich ist es beim Weinhändlerverband, der besonders vor seiner Verbandsgründung unter Anwürfen seitens der Öffentlichkeit zu leiden hatte. Man hielt ihn für „überflüssig und unreell". Zur Aufklärung setzte hier die Arbeit des Fachverbandes ein.

Abwehr von Gesetzen.

Die Gefahr eines Gesetzes, das lebenswichtige Aenderungen im Gefolge hat, ist häufig der Anlaß zur spontanen Verbandsgründung gewesen. So riefen Dresdener Drogisten, als die Arzneimittelverordnung vom 25. 3. 1872 drohte, zur Gründung eines Fachvereins auf, der die Urzelle des D. D. V. wurde, ähnliche Beschränkungen sollte das bevorstehende Nahrungsmittelgesetz von 1907 für den Weinhandel bringen, als ein Aufruf zur Vereinigung erlassen wurde. Die sozialpolitische Gesetzgebung rief die Zigarrenhändler auf den Plan, um eine Front dagegen zu bilden. Die Beengung durch bestehende Wildgesetze ließen Wildhändler-Vereinigungen entstehen, um so auf breiter Basis mit den Behörden verhandeln zu können.

Behauptung im Wirtschaftskampf.

Zur Behauptung im Wirtschaftskampf gegen Industrie, Großhandel und Produzenten kam es u. a. bei folgenden Verbänden zur Organisation:

Im Butterhandel sah man sich innerhalb der Preisnotierungskommission (s. spez. Teil, S. 109) einer geschlossenen Front der Produzenten gegenüber. Um sich Gehör und Geltung zu verschaffen, gründete man einen Fachverband. Die Spirituosenhändler wurden seit langer Zeit durch Preisdrohungen und Monopolbestrebungen seitens der Sprithersteller beunruhigt. Dagegen trat man auf den Plan, man wollte eine Macht werden, mit der die Organisationen der Spiritusbrenner rechnen

sollten. Eine der dringendsten Arbeiten für den werdenden Zigarrenhändlerverband war die Abwehr eines amerikanischen Trustes, der das deutsche Geschäftsleben zu verseuchen drohte. Den erdrückenden Maßnahmen der Fischgroßhändler wollte man mit einer Kleinhändlerorganisation entgegentreten und rief deshalb zur Sammlung der Kollegen auf. In Berlin gingen die Milchproduzenten mehr und mehr dazu über, ihre Erzeugnisse direkt an den Verbraucher zu liefern, und dank technischer Vorzüge ihres Verteilungsapparates waren sie dazu besser in der Lage als der legitime Handel. Um sich nicht gänzlich ausschalten zu lassen, wurde ein Fachverein gegründet, dessen Wirken es gelang, das Feld zu behaupten und seinen Mitgliedern die Existenz zu sichern.

Gemeinsamer Einkauf.

Ein wichtiges Moment ist der gemeinsame Einkauf, den der Schokoladenhändlerverband zum Anlaß seiner Gründung nahm. Dieser gemeinsame Einkauf kann zwangsläufig nur ein Teilanlaß sein, denn es handelt sich hier um Fachverbandsdungen, während man sonst von Einkaufsgenossenschaften sprechen würde. So haben wir das gleiche Bild im Zigarren- und Seifenhandel, denen der gemeinsame Einkauf auch ein Nebenanlaß zur Verbandsgründung war.

Organisatorische Maßnahmen.

Organisatorische Maßnahmen treffen Landesverbände, wenn sie zum Reichsverband vereinigt werden. Das trifft besonders auf alle seit der nationalen Revolution im Jahre 1933 gegründeten Verbände zu, die auf diese Weise zum Einheitsverband gelangten, aus der jüngsten Zeit besonders auf den Rekofei. (Reichsverband deutscher Kaufleute des Kolonialwaren-, Feinkost- und Lebensmitteleinzelhandels.)

b) Entstehungszeit.

Lampe setzt als die ältesten Gründungen der Einzelhandelsfachverbände an[41]: Eisenwarenhändlerverband (1879), Schuhwarenhändlerverband (1901), Feinkosthändlerverband (1905), Schokoladenhändlerverband (1906), während diese Untersuchung schon innerhalb ihres begrenzten Gebietes (Lebens- und Genußmittel) als frühere Gründungen erkannt hat:

41) O. Most: Aus einer Ansprache auf dem Einzelhandelstag 1927.

Branche u. Sitz des Stamm-verbandes	Gründungsjahr d. Stammverb.	Gründungjahr d. Reichsverb.
Apothekerverband Norddeutschland	1821	1933 (1872)
Drogistenverband Dresden	1872	1873
Kolonialwarenhändlerverb. Hamburg	1872	1917 (1888)
Milchhändlerverband Berlin	1873	1895
Weinhändlerverband Berlin	1879	1907
Fischhändlerverband Berlin	1879	1912
Sprithändlerverband Berlin	1883	1901 Interessenten Verband
Tabakhändlerverband Hamburg	1891	1933
Schokohändlerverband Berlin	1900	1906
Wildhändlerverband Stuttgart	1902	1907
Butterhändlerverband Berlin	1904	1926
Feinkosthändlerverband Berlin	1905	1905
Obst- und Gemüsehändlerverb. Berlin	1916	1916
Seifenhändlerverband Berlin	1919	1933

Wie man aus dieser Aufstellung ersehen kann, ist es wichtig, die Gründungsdaten der Stammverbände zu berücksichtigen, die das Bild nicht unwesentlich verschieben. Deren Bedeutung ist meist so nachhaltig für jegliche Verbandsarbeit, vor allem in der Zeit bis zur Gründung der Reichsverbände, daß man sie als direkte Vorläufer nicht übersehen kann.

Die obige Zusammenstellung zeigt ferner, daß die größte Anzahl der Gründungen in die Zeit von 1870 bis 1880 fällt, und daß von dem Gesichtspunkt des Organisationsgedankens im Einzelhandel in dieser Zeit die Wandlung stattfindet.

c) Verfassung.

1. Der Begriff Verfassung.

Unter der Verfassung eines Verbandes, also einer Gemeinschaft von Personen wird hier das verstanden, was man allgemein eine Satzung nennt. Es ist ein Merkmal solcher Verbandsverfassungen, daß sie analog dem Leben der Verbände häufigen Aenderungen unterworfen sind. Zu den regelmäßigen Verhandlungspunkten der Hauptversammlungen gehören Anträge auf Aenderung der Verfassung. Hier findet sich der Niederschlag des Wirkens der Verbände auf den verschiedensten Tätigkeitsgebieten, hier wird das Wesen der Verbände festgelegt, um in gültiger

Rechtsform die Grundlage und die Hilfsmittel zu erfolgreichem Wirken zu liefern.

Die einzelnen Verfassungen haben sicherlich manches Eigenartige aus dem Wirken der verschiedenen Organisationen in sich aufgenommen, aber die große Linie läßt sich bei allen feststellen. Deshalb soll im Folgenden die Besprechung sich im wesentlichen auf diese große Linie beschränken unter Berücksichtigung im Einzelfall sich ergebender Abweichungen.

2. Die Rechtsform.

Als Rechtsform haben die Einzelhandelsfachverbände durchweg die des eingetragenen Vereins angenommen mit Ausnahme der St. D. A., die die Rechtsfähigkeit durch besondere staatliche Verleihung erlangt hat.

3. Der Sitz.

In den meisten Fällen war der Sitz der Verbände anfangs am Platz des Gründungsverbandes. Die Konzentration der wichtigsten Behörden und Parlamente in Berlin ließ es aber geboten erscheinen, die Reichsleitung in die Reichshauptstadt zu verlegen. 1934 hatten alle Reichsverbände, außer dem Milchhändler- und Zigarrenhändlerverband (Hamburg) ihren Sitz in Berlin.

4. Mitgliedschaft.

Zur Mitgliedschaft setzen die Verbände allgemein voraus: den Besitz der bürgerlichen Ehrenrechte und die aktive Betätigung in der betreffenden Branche (offenes Ladengeschäft).

Einschränkende Voraussetzungen hat die St. D. A. insofern, als nur die Apotheker Mitglied werden können, die das deutsche Staatsexamen bestanden haben, und entweder deutscher Staatsbürger oder deutscher Abstammung sind und in den früheren deutschen Gebieten ihren Wohnsitz haben. Der D. D. V. insofern, als er die Ablegung der Drogistenprüfung oder das pharmazeutische Vorexamen zur Vorschrift macht.

Erweiternde Voraussetzungen bestehen bei folgenden Verbänden: St. D. A.: Korrespondierende Mitglieder sind ausländische Apotheker und Hochschulprofessoren, die nicht Apotheker sind.

D. D. V.: Ordentliche Mitglieder: Prokuristen, sofern sie das betreffende Geschäft selbständig leiten und Geschäftsführer von drogistischen Handelsgesellschaften.

Feinkost H. V.: Ordentliche Mitglieder: Feinkosteinzelhandelnde juristische Personen, sowie derartige offene Handels- und Commanditgesellschaften. Außerordentliche Mitglieder:

Großisten, Fabrikanten, Handelsvertreter und alle anderen Personen, wenn sie den Verband fördern wollen.

Rekofei: Außerordentliche Mitglieder: Frühere Inhaber von Kolonialwaren-, Feinkost- und Lebensmittelhandlungen. Ehrenmitglieder: Solche Personen, die sich ungewöhnliche Verdienste um den Reichsverband oder um den Lebensmitteleinzelhandel oder um die Volksernährung bezw. das Allgemeinwohl erworben haben.

Spirituosenhändlerverband: Ordentliche Mitglieder: Mitglied des Verbandes soll jede Firma sein, die einen Betrieb zur Herstellung von Trinkbranntwein oder verwandten Erzeugnissen besitzt, bei Einzelfirmen der Inhaber.

Wein H. V.: Ordentliche Mitglieder des Reichsverbandes können solche Vereine werden, deren Mitglieder ganz oder überwiegend aus Weinhandel treibenden Firmen bestehen. Unter Weinhandel in diesem Sinne ist in erster Linie der Handel mit nicht selbsterzeugten Weinen in- und ausländischer Herkunft zu verstehen. Doch können auch solche Weinerzeuger Mitglieder von Mitgliedsvereinen werden, die ihre selbsterzeugten Weine nicht ausschließlich an den Weinhandel abgeben.

Seifen H. V.: Ordentliche Mitglieder: Vertreter von Seifengeschäftsinhabern und Mitglieder, die ihr Geschäft aufgegeben haben, wenn der Verbandsvorstand keine Einwendungen erhebt.

Fisch H. V.: Ordentliche Mitglieder: Firmen, die Fischhandel betreiben und unterstützende Mitglieder, die in direkter Beziehung zum Fischkleinhandel stehen und an dessen Wohlergehen berechtigtes Interesse haben. Ehrenmitglieder: Wer sich besondere Verdienste um den Verband und die Lage der Fischhändler erworben hat.

Obst- und Gemüse H. V.: Die Zulassung von Großhändlern und Erzeugern ist gestattet und unterliegt der Beschlußfassung der einzelnen Ortsgruppen und der Genehmigung des Verbandsvorstandes.

Butter- und Fett H. V.: Ordentliche Mitglieder: Großhändler, Versandgeschäfte und Agenten.

Eine allgemeine Regelung besteht weiter darin, daß die Einzelmitglieder durch den Unterverband dem Reichsverband angeschlossen sind, sofern ein solcher am Platze besteht. Davon haben sich nur der Butter- und Fett H. V. und der Obst- und Gemüse H. V. ausgeschlossen, die durch direkte Mitgliedschaft glauben, ihre Mitglieder besser erfassen zu können. Wir sehen, daß durch die angeführten Voraussetzungen keine allzu große Beschränkung bei der Aufnahme von

Mitgliedern ausgeübt wird. Neuerdings gehen in verstärktem Maße die Bestrebungen dahin, durch Befähigungsnachweise oder Einführung der Handelskarte nur fachlich gebildete Kräfte als Mitglieder aufzunehmen und damit zur Selbständigkeit kommen zu lassen.

Notwendige Voraussetzungen eines solchen Fachkaufmannes wären dann: Buchführung im Sinne des HGB. und Warenkenntnis. Die Lehrlingsausbildung würde diesen Fachkaufleuten überlassen bleiben, da sie allein die Gewähr dafür bieten, daß dem Nachwuchs eine vollkommene Ausbildung zuteil wird.

5. Regionale Gliederung.

Die regionale Gliederung weist bei den einzelnen Verbänden bemerkenswerte Unterschiede auf. Immerhin läßt sich folgendes Schema aufstellen: Ortsverein — Bezirksverein — Gau — Landesverband — Reichsverband. Dabei fallen besonders Bezirksverein, Gau und Landesverband häufig irgendwie zusammen. Die tatsächliche Gliederung hängt eben weitgehend von Größe und historischer Bedingtheit im Einzelfall ab. Eine einheitliche Regelung dürfte bei der Neugestaltung in der Folgezeit zu erwarten sein, und zwar dergestalt, daß die Grenzen der Unterverbände mit den politischen Grenzen weitgehend zusammenfallen.

Die Aufgabe der Unterverbände ist sehr bedeutungsvoll und ein kräftiges Verbandsleben kann sich nur aufbauen, wenn das gesamte Verbandsgebiet systematisch durchorganisiert ist. Hier findet die direkte Fühlungnahme des Einzelhändlers mit den Einrichtungen seines Verbandes statt, da er zumeist mit der Reichsleitung kaum in Berührung tritt. Die Verbände haben dies frühzeitig erkannt und haben, falls ihr Aufbau „von oben nach unten", d. h. von einer Zentralstelle aus über das übrige Fachgebiet ging, für eine baldige Kleinorganisation Sorge getragen. Erfolgte dagegen der Aufbau von „unten nach oben", so galt es, aus den oft verschiedenartigen Teilstücken, ein einheitliches Ganzes zu formen. (Die genaueren Angaben über die regionale Gliederung bei den einzelnen Verbänden finden sich im Anhang).

Ein Sonderfall bleibt noch erwähnenswert, die Gründung der Drogisteninnung in Berlin. Schon 1885 tauchte der Gedanke auf, besonders in Berlin, ob es zweckmäßig sei, sich im Drogistenstand der Organisationform „Innung" zu unterwerfen. Es ist zu bedenken, daß auch die Handwerker damals noch keine Zwangsinnungen kannten. Man erhoffte sich von einer Innung im Gegensatz zum locker gefügten Verein, stärkere Disziplin der Mitglieder. So mußte man nach Gründung der Berliner Fachschule die

Erfahrung machen, daß der Besuch stark hinter den Erwartungen zurückblieb. Dem Innungsmitglied sollte es jedoch Pflicht sein, seinen Lehrling zur Schule zu schicken. Jeder Praktiker weiß, daß ein Zwang oft heilsam wirkt, und es für das Auftreten einer Organisation von größtem Vorteil ist, nach außen geschlossen bereit zu stehen. Auch der Drogistenverband sah das Gute an der Innung und ging darauf ein, in Berlin einen Versuch zu machen. Zwar blieb der alte Berliner Ortsverein vorläufig bestehen, aber 1888 ging er vollkommen in der Innung auf. Im Verlauf der Weiterentwicklung gab es manche Differenzen der Innung und des Verbandes, die sogar im Jahre 1890 aus dem Verband austraten. Wenn der Sinn dieses Streites in seiner prinzipiellen Natur hier ausgewertet werden soll, so muß gesagt werden: Die Innung war schlagkräftiger organisiert, daher radikaler im Kampf gegen ihre Feinde, hatte ihren Sitz in Berlin und glaubte auf Grund aller dieser Einzelheiten ein Recht auf bevorzugte Stellung zu haben. Es kann festgestellt werden, daß diese Forderungen nicht eines gesunden Kernes entbehrten. Der Streit wurde nach vielen Wechselfällen und zeitweiligem guten Einvernehmen 1919 mit der Aufnahme der Innung als Bezirksverband Groß-Berlin beendet. Der Innungsgedanke hat in seiner Einmaligkeit (innerhalb des D. D. V., während es außerdem in Norddeutschland verschiedene andere „freie Innungen" des Lebensmittelhandels gab, die aber nicht dieselbe Bedeutung innerhalb ihres Fachgebietes erlangten) gezeigt, daß er für die damalige Zeit verfehlt war, weil er ihr vorauseilte. Eine solche Organisation konnte sich innerhalb des Einzelhandels nur in größerem Umfange erhalten, wenn der Zeitgeist einer solch hohen Stufe der Korporativ-Wirtschaft den weltanschaulichen Unterbau dazu lieferte.

6. Leitung.

Die Leitung der Verbände beruht zumeist in einer Dreiteilung in Vorstand, Hauptversammlung und Geschäftsführer (Syndikus). Hierin ist insofern eine Aenderung eingetreten, als seit 1933 in allen Verbänden das Führerprinzip durchgeführt ist, das Wahlen ausschließt, und die Berufung an deren Stelle treten läßt. Nach § 1 des Gesetzes zur Vorbereitung des organischen Aufbaues der deutschen Wirtschaft vom 27. 2. 1934 Abs. 3 und 4, wird der Reichswirtschaftsminister dazu ermächtigt, falls es vordem nicht freiwillig durchgeführt wurde. Bemerkenswert ist, daß alle Verbände bei der Reichsleitung Geschäftsstellen mit hauptamtlich tätigen Verbandsbeamten besitzen. Daneben haben

je nach Größe und Finanzkraft die Unterverbände eigene Geschäftsstellen wie die St. D. A. bei den Gauen und der Rekofei bei den Landesverbänden. Als Zwischenformen gibt es Geschäftsstellen, deren Leiter die einschlägigen Arbeiten mit finanzieller Unterstützung nebenamtlich erledigen. Daneben arbeiten, und das dürfte immer noch die Mehrzahl sein, die ehrenamtlich tätigen Unterverbandsvorstände.

7. Ausschüsse.

Zur Entlastung der Verbandsleitung und Vertiefung der zu leistenden Arbeit der Fachverbände werden häufig Sonderausschüsse für die verschiedensten Gebiete eingesetzt. Innerhalb dieser Gremien, deren Mitglieder meist Angehörige des Gesamtvorstandes sind, ist es möglich, durch besonders eingehende Untersuchungen Erfahrungen zu sammeln und zu hervorragenden Leistungen zu gelangen. Die Arbeitsgebiete sind natürlich in fachlicher Hinsicht sehr verschiedenartig. Die St. D. A. hat zur Bearbeitung solcher Einzelfragen 13 Abteilungen, von denen hier besonders interessieren: 1. Wissenschaftliche Abt., 2. „Die deutsche Apotheke", (Bearbeitung des Fachblattes in Gemeinschaft mit der Abteilung „Apothekerzeitung".) 3. Wirtschaftsfabrikation. 4. Wirtschaftswerbung. 5. Wirtschaftsverlag. Der D.D.V. hat folgende Ausschüsse: 1. Fachschul- und Prüfungsausschuss. 2. Sachverständigen- 3. Satzungs- 4. Wirtschafts- 5. Zeitungs- 6. Arzneimittelgesetzgebungs- 7. Spezialitäten- 8. Photoausschuss. Der Spirituosen H. V. ernennt zur Bearbeitung von Sonderaufgaben Fachausschüsse, deren Mitglieder sich aus besonderen Sachkennern der in Frage kommenden Materie zusammensetzen: 1. Ausschuß für Monopolgesetzgebung, 2. für Ausstellungs- und Messeangelegenheiten, 3. Kommission zur Beratung der Nahrungsmittelgesetze. Die restlichen Verbände setzen von Fall zu Fall Ausschüsse zur Bearbeitung einschlägiger Fragen ein, ohne daß sie dadurch Dauercharakter wie bei den erwähnten Fällen bekommen.

8. Spitzenverbände.

Als Spitzenverbände werden hier nur solche Organisationen besprochen, die die Mitgliedschaft von Verbänden, aber keine Einzelmitgliedschaft anerkennen. In erster Linie ist für den Einzelhandel die Hauptgemeinschaft des D.E.H.[42]) zu nennen, der 10 Fachverbände der hier besprochenen Gruppe angehören. Zur

42) nach der Satzung von 1933 ist auch Einzelmitgliedschaft möglich.

Begründung des Fehlens der übrigen sei gesagt, daß der Spirituosen H. V. als Mischverband (er umfaßt vor allem die Spirituosenindustrie) sich dem Reichsverband der deutschen Industrie (Reichsstand Industrie) und dem Bund der deutschen Nahrungsmittelfabrikanten Nürnberg angeschlossen hat, während der Butter- und Fett H. V. ausgetreten ist, da die Einstellung der Hauptgemeinschaft den hier organisierten Massenfilialgeschäften ablehnend gegenübersteht. Er ist organisiert im Reichsverband des deutschen Groß- und Ueberseehandels (Reichsstand Handel) und im Bund der deutschen Nahrungsmittelfabrikanten Nürnberg (Reichsstand Industrie).

Daneben sind in der Arbeitsgemeinschaft Deutscher Verbände des Lebens- und Genußmitteleinzelhandels organisiert: 1. der Feinkost H. V., 2. der Schoko H. V.

Für den Milchhändlerverband war eine zweite Spitzenorganisation der deutsche milchwirtschaftliche Reichsverband, für den Zigarren H. V. die Arbeitsgemeinschaft des deutschen Spezialhandels mit Tabakwaren, an deren Stelle heute die betreffenden Reichsstände getreten sind.

Durch den Reichsnährstand werden alle Fachverbände der Gruppe Lebens- und Genußmittel erfaßt mit vorläufiger Ausnahme des D. A. V., D. D. V. und des Seifen H. V.

d) Aufteilung.

Wenn im Anfang dieser Arbeit über die allgemeinen Gründe der Spezialisierung im Einzelhandel gesprochen wurde, so ist es wohl am Platze, auch auf die Einzelfälle innerhalb der hier behandelten Fachgebiete einzugehen, und kurz die Entstehung der Branchen in der Gruppe Lebens- und Genußmittel zu schildern, zumal gerade in der Vergangenheit alle sehr viel Gemeinsames verband. Zu unterscheiden ist dabei zwischen solchen, die in irgend einer abgewandelten Form aus der Vorzeit uns überkommen sind und solchen, die im letzten Jahrhundert neu entstanden sind[43]).

Zu den ersteren gehören die Apotheken, Kolonialwarenhandlungen und auch die Drogerien, die alle ihren Ursprung sicherlich in den alten Gewürzkrämereien haben, von denen sich die Apotheken aber schon sehr früh gelöst haben, um

43) Auf diese Zusammenhänge kann hier nur ganz kurz eingegangen werden, da eine eingehende Darstellung über den Rahmen dieses Themas hinausgeht.

als „wissenschaftliches Handwerk“ bis heute eine gewisse Sonderstellung einzunehmen, die andererseits in den letzten Jahrzehnten wieder mehr und mehr verloren ging durch Annäherung an die Händlerfunktion (Aufkommen der Markenartikel). Während die Kolonialwarenhandlungen am ehesten die Züge ihrer Vorfahren bewahrt hat, ist die Drogerie später entstanden und hat vielfach eigene Wege in ihrer Ausgestaltung eingeschlagen. Ihre Bedeutung liegt gerade in der Anpassungsfähigkeit an die Anforderungen der Zeit.

Von der Kolonialwarenhandlung hat sich die Feinkosthandlung abgespalten unter Betonung des besonderen Güteprinzips und des in den ersten Jahren herausgestellten Luxusbegriffs, ebenfalls die Butter-, Fettwaren-, Käse-, Eierhandlung und die Seifenhandlung, Wildhandlung, Wein- und Spirituosenhandlung. Aus dem Handwerk stammt die Schokoladenhandlung (Konditorei) und die Zigarrenhandlung, die beide erst entstehen, als die Verfeinerung des Geschmackes und die Verbesserung der Fabrikation die Produktion über die handwerkliche Herstellung hinauswachsen ließ. Die Vergrößerung der Städte endlich nahm den Produzenten, in diesem Fall den Bauern, den Handel mit Obst und Gemüse, Milch und Butter.

Zum Handel mit alkoholischen Getränken ist noch zu sagen, daß er als Südwein- und Klosterlikörhandel eine Bestandteil des „Gewürzkrames“ war, der sich aber schon früh spezialisierte.

Während früher nur ein Bruchteil des Gesamtbedarfes durch den Handel ging, nahm dieser im Verlauf des 18. und 19. Jahrhunderts ganz allgemein in größerem Umfange die Versorgung der Bevölkerung auf.

e) Vereinigung.

Neben der Aufgliederung des Einzelhandels in immer neue Branchen geht eine Vereinigung bisher getrennter Geschäftszweige zu einer neuen Einheit einher. Hierbei müssen wir unterscheiden zwischen Zusammenfassung von alten Branchen und solchen, die erst neu enstehen. Der Einfluß der Fachverbände auf diesen Vorgang ist oft von ausschlaggebender Bedeutung für die Maßnahmen der Mitglieder. Der Einzelne ist meist zu schwerfällig, um erfassen zu können, welche Gelegenheit sich hier bietet, seinen Betrieb erweitern zu können; oder er übersieht die Tragweite seines Entschlusses nicht, wo es vielleicht besser wäre, vorsichtig zu disponieren. Hier greift der Verband ein, entweder indem er Richtlinien oder Ratschläge erteilt, die er

häufig nur auf den Einzelfall zuschneidet, oder er informiert sich durch Rundfrage selbst erst über die Gestaltung solcher Pläne bei seinen Mitgliedern, um dann allgemeine Richtlinien festlegen zu können.

Wenn man von der Konzentration aller möglichen Branchen innerhalb des Warenhauses absieht, so sind Vereinigungen alter bestehender Branchen aus der natürlichen Abneigung gegen Fachfremdes heraus selten. Aber es kommt vor, daß z. B. aus den Reihen der Kolonialwarenhändler die Angliederung von Drogenabteilungen gefordert wird. Umgekehrt findet man in Drogerien häufig Kolonialwaren. Daß natürlich Branchen, die sich früher losgelöst haben, von der Mutterbranche festgehalten werden, ist gut erklärlich. Ein beliebter Artikel zur Angliederung sind Tabakwaren. Wir finden sie vielfach in Kolonialwarengeschäften, Wein- und Spirituosenhandlungen und auch Drogerien. Apotheken haben sich vielfach Drogenabteilungen, die ja eigentlich dazugehören, angegliedert, nachdem die Artikel dieser Branche anderwärts eine veränderte Stellung eingenommen hatten.

Damit kommen wir schon zur Angliederung neuer Branchen. Photoartikel gehören insofern zur Drogerie, als der chemische Vorgang des Photographierprozesses unter starker aktiver Mitwirkung von Drogisten gefördert wurde. Darüber hinaus versehen auch manche Apotheken (besonders auf dem Lande) diese Branche. Ein interessantes Kapitel sind die Reformartikel, die als Lebensmittel eigenartigerweise nicht in Kolonialwarengeschäften, sondern vielfach in Drogerien vertreten sind, sofern sie nicht (das ist meistens der Fall) in neuen Spezialgeschäften vertrieben werden. Sowohl für Photo- wie für Reformartikel ist gerade von Seiten des D.D.V. zur Neuaufnahme eine bedeutende Werbetätigkeit erfolgt.

f) Abgrenzung.

Im weiteren Verlauf ergibt sich daraus das Problem der Berufsabgrenzung der Verbände, einer so generellen Angelegenheit, daß häufig der Gesetzgeber eingreifen mußte, um Normen aufzustellen, die Klarheit über die betreffende Zugehörigkeit schaffen. Bei der Definition der Fachgebiete (siehe da) ist im Einzelnen der Versuch gemacht worden, das Arbeitsfeld der Branchen abzugrenzen, wobei sich gezeigt hat, daß häufig Ueberschneidungen der mannigfachsten Art vorkommen. Das „klassische Beispiel" ist hier der Streit zwischen Apotheker- und Drogistenfachverbänden, ein Streit, der trotz gesetzlicher Regelung bisher keinen Teil befriedigen konnte. Hierhin gehört auch die

Auflösung des Feinkostverbandes und seine Ueberführung in den Rekofei. Dem weiteren Verlangen dieses Verbandes, die übrigen Lebensmittelfachverbände hier einzugliedern, ist man bisher erfolgreich entgegengetreten (Schoko-, Wild-, Bufe Hv.-, Fisch-, Obst- und Gemüse Hv.). In der Tat bestehen für die einzelnen Branchen Sonderaufgaben, die einer Sonderorganisation wohl nicht entraten können.

g) Statistik.

Zielsetzung.

Um die Stellung der Fachgeschäfte der Gruppe Lebens- und Genußmittel innerhalb der Volkswirtschaft festzulegen, d. h. aus ihrem Anteil an den örtlichen Betriebseinheiten und den darin beschäftigten Personen einerseits und den Umsätzen andererseits zu erkennen, welche Bedeutung diesen Fachgeschäften zukommt, sind die folgenden Tabellen aufgestellt.

Noch wesentlicher als allgemeine Tabellen, deren Einheiten den amtlichen Statistiken entnommen sind, ist die Gegenüberstellung dieser amtlichen Größen mit solchen, die aus der Umfrage bei den einzelnen Fachverbänden gewonnen wurden, um zu erkennen, wieviel Einzelhändler in den einzelnen Branchen fachlich organisiert sind.

Tabelle I[44])

	Örtliche Betriebseinheiten	Beschäftigte Personen
Gesamtwirtschaft	8 597 000 [45])	33 104 000 [45])
Handelsgewerbe [46])	1 149 000	3 195 000
Einzelhandel [47])	787 000	1 714 000
Einzelgruppe Lebens- und Genußmittel [47])	420 000	800 000
Nicht-Fachgeschäfte [48]), [49])	30 000	113 000
Fachgeschäfte der Gruppe Lebens- und Genußmittel	390 000	687 000

44) Quelle: Statistik des Deutschen Reiches, Bd. 413.
45) Abgerundete Zahlen.
46) Zuzüglich Apotheken.
47) Ohne Handwerkseinzelhandel, mit Fahrzeug-, Buch-, Musikalien-, Groß- und Einzelhandel mit Tabakwaren, Hausier- und Straßenhandel.
48) Massenfilialbetriebe, Warenhäuser, Konsumvereine, ambulanter Handel, Versandgeschäfte.
49) Quelle: F. f. H. Mitteilungen.

Die obige Untersuchung zeigt, daß es innerhalb der behandelten Branchen 687 000 beschäftigte Personen gibt, die sich auf 390 000 Betriebe verteilen, d. h., daß die Gruppe Lebens- und Genußmittel 4,5 Prozent aller Betriebseinheiten, und 2,7 Prozent aller beschäftigten Personen in sich vereinigt.

Tabelle II.

Gesamteinkommen der deutschen Volkswirtschaft 1932 46—48 [50]) Ma RM.

	Umsätze in Ma RM. im Jahre 1932:
Einzelhandel	23 [51])
Einzelhandelsgruppe	
Lebens- und Genußmittel	11,4 [52])
Nicht-Fachgeschäfte [54])	3,4 [53])
Fachgeschäfte der Gruppe Lebens- und Genußmittel	8,0

Diese Tabelle erklärt die umsatzmäßige Bedeutung des Lebens- und Genußmitteleinzelhandels. Der Anteil, den die Bevölkerung für Lebens- und Genußmittel ausgibt, ist sehr groß, da besonders die breite Schicht der Handarbeiter über die Hälfte ihres Einkommens dafür aufwendet, während mit der Steigerung des Einkommens dieser Aufwand durchweg abnimmt.

Tabelle III [61])

Branche	Zahl der beschäft. Personen	Zahl der Betriebe	Zahl d. org. Mitglieder 1934 [55])	Zahl d. org. Mitglieder 1932 [55]) [63])	Fachverband
1. Lebensmittel u. Kol.-Waren	455367	258056	90000 [62]) 1000	ca. 60000 3000	Rekofei Feinkost H. V.

50) Schätzungen der Nationalzeitung, September 1933.
51) 22 Ma + 1 Ma. Kohlen nach F. f. H.-Mitteilungen a. a. O.
52) 10,6 Ma. nach F. f. H.-Mitteilungen, a. a. O. + 0,8 Ma. für Apotheken, Drogerien und Seifengeschäfte (H. d. E. S. 794, Tabelle 7).
53) F. f. H.-Mitteilungen, a. a. O.
54) Massenfilialbetriebe, Warenhäuser, Konsumvereine, ambulanter Handel, Versandgeschäfte.
55) In dieser Spalte handelt es sich abgerundete Zahlen.
61) Quelle: Statistik des Deutschen Reiches, Bd. 413.
62) Einschl. der Mitglieder des aufgelösten Feinkost H. V.
63 Diese Angaben beruhen zum Teil auf Schätzungen.

Branche	Zahl der beschäft. Personen	Zahl der Betriebe	Zahl d. org. Mitglieder 1934	Zahl d. org. Mitglieder 1932	Fachverband
			10000	1000	Butter H. V.
				1500	Obst u. Gem. H. V.
2. Fische, Wild u. Geflügel	16001	9215	2300	2300	Fisch H. V.
			650	650	Wild u. Geflügel H. V.
3. Milch- und Milcherzeugnisse	62931	34616[56])	17000	12000	Milch H. V.
4. Süßwaren	23200	14920	2700	3000	Schoko- H. V.
5. Getränke	32709	17735[57])	2300	2000	Wein H. V.
			3000	2500	Spirit. H. V.
6. Tabakwaren [58])	64817	47939	20000	15000	Tabak H. V.
7. Arzneiwaren	20778	6298[59])	7000	6700	ST. D. A.
8. Chemikalien, Drogen u. Farben	37361	13612[60])	8100	6900	D. D. V.
9. Öle, Fette u. Seifen	14764	9635[60])	2200	2000	Seifen H. V.
	727928	412026	166250	118550	

56) In dieser Zahl stecken in größerem Umfange gemeinnützige Betriebe.

57) In dieser Zahl stecken u. a. Kleinvertriebsstellen alkoholischer Getränke, während die angeführten Fachverbände ausschließlich größere Vertriebsstellen alkoholfreier Getränke (Weine, Spirituosen) umfassen.

58) Hier wird nur der reine Einzelhandel mit Tabakwaren berücksichtigt und die zahlenmäßig kleine Gruppe: Groß- und Einzelhandel mit Tabakwaren übergangen.

59) Die Zahl der Apotheken dürfte 1934 ca. 7000 betragen. Die Apothekenleiter sind fast ausschließsich (außer Juden) Mitglieder der St. D. A., deren Gesamtmitgliederzahl von 11 000 aber nicht zum Vergleich herangezogen werden kann, da hier alle examinierten Apotheker organisiert sind (Angestellte).

60) Die Gruppen 8 und 9 entsprechen nicht den in Vergleich gestellten Fachverbänden, da sie durch Hinzunahme fremder Gebiete darüber hinaus andere Einzelhändler in sich schließen.

Der Vorteil dieser Tabelle, in klarem Aufriß eine Uebersicht zu geben, kann nicht darüber hinwegtäuschen, daß ihre Einzeldaten einer Erklärung und Berichtigung bedürfen. Allgemein ist zu sagen, daß 1. die Erhebungsmerkmale der amtlichen Statistik teilweise von anderen Gesichtspunkten bei der Eingruppierung ausgegangen sind, 2. häufig eine Doppelmitgliedschaft der Einzelhändler bei mehreren Fachverbänden besteht, um deren Summe die Gesamtzahl zu vermindern ist 3. die amtliche Statistik jeden „Einzelhändler" aufführt, während die Mitgliedschaft der Fachorganisation gewisse Voraussetzungen erfordert, da nicht jeder „Ladenbesitzer" die Qualifikation eines Fachkaufmannes besitzt, 4. die Zahl der Betriebe, die zum Vergleich mit den Mitgliedern der Fachverbände herangezogen wird, nicht unbedingt mit der Zahl der Fachhändler übereinstimmt, da einmal der Besitzer eines Fachgeschäfts mehrere Betriebe besitzen kann oder zum anderen die Betriebe mehrere Inhaber, die für sich Mitglieder eines Fachverbandes sind. Beide Zahlen kompensieren sich allerdings in etwa, so daß man innerhalb des Gesamteinzelhandels auf 593 867 Firmen 624 537 Betriebe rechnet (HdE., S. 793). Als Ergebnis sahen wir, daß einer Zahl von 412 000 Betrieben im Jahre 1925 (die Zählungsergebnisse von 1933 liegen noch nicht vor) 1932 rund 118 000 in Fachverbänden organisierte Einzelhändler gegenüberstehen (28,6 Prozent), während es 1934 rd. 166 000 sind (40,5 Prozent). Dieser Anstieg von 11,9 Prozent innerhalb so kurzer Zeit (1933) ist darauf zurückzuführen, daß durch die Neuregelung seit der nationalen Revolution eine Zwangsmitgliedschaft in Aussicht gestellt ist, wodurch die Bereitwilligkeit zur Organisation stark gestiegen ist.

II. Wirken.

a) Bildungsarbeit.

1. Allgemeines.

Wenn im folgenden von der Bildungsarbeit der Fachverbände die Rede ist, so ist darunter nur das zu verstehen, was diese aus sich selbst heraus geschaffen haben und noch heute durch ihre eigene Kraft erhalten. Es handelt sich also z. B. nicht um die Berufsschulen, deren Besuch für das werdende Geschlecht von Staats wegen Pflicht ist, sondern um Erziehungsarbeit, die die Verbände zusätzlich leisten. Den Schülern wird die Teilnahme dann in den meisten Fällen obligatorisch gemacht, aber nur durch die privaten Machtmittel der betreffenden Körperschaft.

Eine zweite Gruppe faßt Fachkurse zusammen, also Schulungskurse über längere oder kürzere Dauer, die der Fortbildung der älteren Generation dienen. Hier tritt uns das freiwillige Moment stärker entgegen, weil den selbständigen Einzelhändler nur das Bedürfnis treibt, seine Kenntnisse außerhalb seines Betriebes in Gemeinschaft mit Fachgenossen zu vertiefen.

Man darf nicht verkennen, wieviel Schwierigkeiten zu überwinden waren, bis eine Zusammenfassung von Fachgenossen überhaupt ermöglicht wurde. Wenn einer tief in der individualistischen Ideenwelt, bewußt oder unbewußt, verstrickt war, war es der Einzelhändler. Mißtrauen und Angst vor der Ertüchtigung der Konkurrenten hinderten ihn, die große Linie zu erkennen, daß eine gute Berufsbildung der Nutzen des ganzen Standes ist. Das Vertrauen, das der Käufer in den Kollegen setzt, mag er auch an einem fremden Ort wohnen, überträgt sich bei passender Gelegenheit auf jeden Standesgenossen. Hier haben die Fachverbände wertvolle Erziehungs- und Aufklärungsarbeit geleistet. Waren einmal solche Organisationen gegründet, wurde die Bedeutung der fachlichen Ausbildung schnell erkannt und als bindend festgelegt.

Es ist eigenartig, fast symptomatisch, daß die im folgenden aufgeführten Einrichtungen nicht weit über den Kreis ihrer Standesangehörigen gedrungen sind und die Aufmerksamkeit der amtlichen Stellen und der Berufspädagogen gefunden haben. Im Handbuch für Berufs- und Fachschulwesen 1922 steht im Vorwort S. VII: „Das Werk bietet einen Ueberblick über das gesamte Berufs- und Fachschulwesen Deutschlands." Aber auch im Jahre 1922 hätte es sich gelohnt, auf die damals bestehenden Einrichtungen der Einzelhandelsfachverbände einzugehen, umsomehr, als eindeutig ausgeführt wird, „daß das Bildungswesen, die Lehrzeit, eine Schöpfung der kaufmännischen Verbände, der Innungen und Zünfte ist, die in der Zeit der Stadtwirtschaft entstand. Wenn auch vielfach aus einem auf persönlicher Verpflichtung beruhenden Erziehungsverhältnis ein Arbeitsverhältnis geworden ist, so muß anerkannt werden, daß immer wieder aus Kreisen kaufmännischer Verbände auf eine bessere Ausbildung und auf eine vertiefte geistige Erfassung der Berufsarbeit hingearbeitet wurde. Man kann sagen, daß das ganze kaufmännische Bildungswesen diesem Streben letzten Endes seinen Ursprung verdankt [64])."

64) vergl. Handbuch für das Berufs- und Fachschulwesen, S. 573.

So sehr auch der Staat und die Städte, Handelskammern und andere Organisationen sich in steigendem Maße der Berufsbildung angenommen haben, das Wirken der Fachverbände ist zu wertvoll, um daran vorübergehen zu können. Bei der praktischen Verwirklichung ergaben sich allerdings starke Unterschiede. Neuerdings macht sich überall eine neue Schulungswelle derjenigen (z. T. auch der älteren Generation) bemerkbar, die unter dem Gesichtswinkel der kommenden Händlerkarte oder des Befähigungsnachweises bisher Versäumtes nachholen wollen.

2. Schulung.

aa) Hochschulen.

Eine Sonderstellung der Einzelhändler, die eine Fachschulausbildung genießen, nehmen die Apotheker ein, denen heute (es war nicht immer so) der Universitätsbesuch vorgeschrieben ist.

Wie weit steht nun hier der Hochschulbesuch im Zusammenhang mit dem Fachverband? Es ist in erster Linie das Verdienst des D.A.V., daß der Besuch einer Hochschule überhaupt Pflicht wurde. Auf sein unaufhörliches Drängen gelang es, die Behörden zu überzeugen, daß nur eine wissenschaftliche Ausbildung den Anforderungen, die an den Apotheker gestellt werden, gerecht wird. Auch die Einrichtung der Hochschulinstitute geht auf die Bemühungen des D.A.V. zurück. Als sich 1895 die Preußische Unterrichtsverwaltung entschloß, in Berlin ein Pharmazeutisches Institut zu errichten, wurde der damalige Redakteur der Apothekerzeitung Dr. Hermann Thoms, der in seltener Weise die praktische Pharmazie mit der wissenschaftlichen in sich vereinigte, Leiter dieses Instituts. Immer wieder hat in der Folgezeit der D.A.V. versucht, Einfluß auf die Ausbildung seines Nachwuchses innerhalb der Hochschulen zu gewinnen. Vieles, ja man darf beinahe behaupten das Wesentliche mußte im Kampfe gegen mißgünstige Behörden errungen werden, und noch heute ist die alte Forderung auf das sechssemestrige Studium nicht erfüllt. Es erübrigt sich, hier im weiteren auf die Hochschulausbildung des Apothekers einzugehen, die zur Zeit nach einem viersemestrigen Studium durch das pharmazeutische Staatsexamen ihren Abschluß findet[65]).

Für Angehörige des Wein- und Spirituosenhandels besteht in dem „Institut für Gährungsgewerbe, Berlin" eine

---

[65]) S. B. Krischke, Geschichte des deutschen Apothekervereins, S. 34 f. 70 f. 137 f. 271 f.

Hochschule. Dieses Institut wurde 1874 von seinem genialen Schöpfer Max Delbrück gegründet, „um die wissenschaftliche und fachtechnische Durchdringung und Förderung der Gährungsgewerbe durch besondere Versuchsanstalten mit einem Stab wissenschaftlich und praktisch gebildeter Spezialisten zu gewährleisten[66])."

Die Mitarbeit der Fachverbände ist dadurch gesichert, daß Max Delbrück einen Beirat aus führenden Männern der Praxis beriet, die zum größeren Teil Mitglieder des „Verbandes deutscher Spiritus- und Spirituosenintéressenten" waren. Mit ihrer finanziellen Unterstützung gelang es, eine mustergültige Einrichtung für die Ausbildung ihres Nachwuchses zu schaffen. „Hier findet aber nicht nur der junge Schüler, sondern auch der erfahrene Praktiker Gelegenheit, sein Wissen zu vervollkommnen[66])."

Das hervorragendste Beispiel von erfolgreicher Verbandstätigkeit auf diesem Gebiete ist die Drogistenakademie in Braunschweig. Wenn sie auch keine Hochschule im üblichen Sinne des Wortes ist, so ist doch erstens durch die staatliche Anerkennung ihr „akademischer Charakter" festgelegt, und zweitens ist sie als Fortsetzung des üblichen Fachschulunterrichtes eine planvolle Weiterbildungsstätte mit universeller Tendenz.

Grundstein der Akademie war die Braunschweiger Fachschule, die in ihrem Gründer, dem Chemiker Dr. Eduard Freise, einen Mann gefunden hatte, dem gleichermassen das Wesentliche aus Theorie und Praxis zur Ausübung seines Berufes zur Verfügung stand. Ursprünglich war die Anstalt Eigentum Freises. Im Jahre 1915 erwarb sie der DDV. Von Anfang an war der Besuch nicht auf einheimische Kreise beschränkt, und damit der Charakter einer über den üblichen Fachschulen stehenden Lehranstalten gewahrt. Stets hat der Verband sein großes Interesse bekundet und nicht gezögert, durch finanzielle und werbende Unterstützung den Bestand zu sichern. Der Besuch hat sich gut entwickelt und damit die Notwendigkeit dieser Einrichtung dargetan; so sind bis 1934 über 4000 Studierende in Braunschweig gewesen.

Bis heute ist der Besuch freigestellt und es ist leider nicht jedem Fachgenossen möglich, Zeit und Geld für einen Lehrgang aufzubringen. Die künftige Regelung muß dahingegen, allen würdigen Vorexaminierten, eventuell durch finanzielle Erleichterung, den Besuch zu ermöglichen.

66) Destillateurzeitung 1933, Nr. 30.

Das Beispiel der Braunschweiger Drogistenakademie zeigt, was ein starker Verband für seine Angehörigen aus eigener Kraft zu leisten vermag, wie er auf Grund seiner Bildungsarbeit im Stande ist, sie auf ein fachlich und gesellschaftlich höheres Niveau zu bringen.

bb) Fachschulen.

Eine Anzahl Fachverbände können in Fachschulen ihrem Nachwuchs das Rüstzeug für die Praxis vermitteln. Natürlich machen sich auch hier wieder starke Unterschiede geltend. Hinsichtlich des Besuchzwanges sind 2 Gruppen zu unterscheiden.

a) Obligatorischer Unterricht. Einen obligatorischen Unterricht für alle Lehrlinge schreibt der DDV. seinen Mitgliedern vor. Die ersten Fachschulen wurden 1875 in Dresden, 1878 in Hamburg und 1880 in Braunschweig gegründet. Heute verbreitet sich ein Netz von über 100 Fachschulen (1933:125) über ganz Deutschland. Die Schwierigkeiten eines einheitlichen Lehrplanes wurden durch die Schaffung eines gemeinsamen Lehrbuches, das auf Anregung des Verbandes herauskam, aus dem Wege geräumt. Das heute noch sehr brauchbare Werk von Buchheister gibt ferner dem Schüler, der keine Gelegenheit hat, die Schule zu besuchen, die Möglichkeit, sich durch Selbststudium mit der drogistischen Theorie vertraut zu machen. Die alljährlich abgehaltenen Prüfungen werden durch Kommissare des DDV. geleitet und überwacht.

1933 waren von den 125 Drogistenfachschulen 40 Privatschulen des Verbandes, der Rest 1. in Berufsschulen völlig aufgegangen, 2. den Berufsschulen angegliedert, 3. Gewerbeschulen angeschlossen, wobei natürlich die Einflußnahme der Fachorganisation verschieden stark ist. Eine befriedigende Regelung wird häufig durch den Mangel an geeigneten Lehrkräften erschwert, woran sowohl die kommunalen wie privaten Schulen kranken. Die Bestrebungen gehen dahin, die theoretische Ausbildung mehr wie bisher in den Vordergrund zu stellen und die praktische Unterweisung einmal dem Lehrchef und zum zweiten in verfeinerter Form der akademischen (Braunschweig) Ausbildung zu überlassen.

In geringerem Umfange bestehen Fachschulen für die Angehörigen der Rekofei-Landesverbände, da es bisher nur möglich war, an größeren Plätzen derartige Vorkehrungen zu treffen. So hat man schon um 1870 im Hamburger Ortsverein die Bildung einer Fortbildungsschulkommission vorgenommen. Später überwachte man den Nachwuchs durch Kontrollmaßnahmen wie

Aus- und Einschreibung, um dann in Form von Abschlußprüfungen den Erfolg der Lehrzeit zu übersehen. Heute ist im Anschluß an die Handelsschule dank der vorzüglichen Mitarbeit des Lehrkörpers eine systematische Ausbildung gewährleistet.

Eine Einrichtung der letzten Zeit ist die am 1. April 1932 eingerichtete erste Berufschulfachklasse für Seifenhändler, die auf das jahrelange Bemühen des Fachverbandes hin im Anschluß an die Berliner Berufsschule eingerichtet wurde. Da der Verband im wesentlichen auf Berlin beschränkt ist, ging auch der Fachschulgedanke nicht über Berlin hinaus. Aber in dem vorbildlichen Aufbau, der durch das Entgegenkommen der Lehrkräfte der Berufsschule garantiert wird, ist ein richtunggebendes Beispiel für das übrige Deutschland vorgezeichnet. Die Schule ist obligatorisch für „alle jungen Mädchen und Jünglinge, die beschäftigt werden. 1. in den Ladengeschäften des Seifeneinzelhandels einschließlich aller Geschäfte der Massenfilialbetriebe (Großfilialisten), 2. in den kaufmännischen Büros der Seifen-, Waschmittel- und Parfümeriefabriken, auch der Vertreter für diese Branche [67])."

Für die Ausbildung der Mitglieder des „Reichsverbandes deutscher Kaufleute des Wild- und Geflügelhandels" stehen nach Möglichkeit die Einrichtungen der Rekofei-Landesverbände zur Verfügung.

Für die Ausbildung des Nachwuchses im Obst- und Gemüsehandel ist in Hamburg 1932 eine berufsmäßige Ausbildung eingeführt worden. Diese Einrichtung findet unter engster Zusammenarbeit von Fachverband, der in seiner Geschäftsstelle einen Unterrichtsraum zur Verfügung gestellt hat und wo vor allem der praktische Unterricht stattfindet, und der Staatlichen Handelsschule, (der Berufsschule für den Einzelhandel), die den theoretischen Teil übernimmt, statt. Die Ausbildung erstreckt sich in der Hauptsache auf drei Gebiete: 1. Warenkunde (einschl. Geographie und -geschichte) 2. Warenpflege. 3. Verkaufskunst. Der Erfolg der ersten Prüfungen hat gezeigt, daß der begonnene Weg richtig ist und damit „die Ausbildung des Nachwuchses für alle Zeit gekennzeichnet ist [68])."

b) Fakultativer Unterricht. Fakultative Fachschulen oder Pharmazieschulen bestehen in vielen Städten Deutschlands zur Vorbereitung der Praktikanten für das Vorexamen. Neben Privatanstalten gibt es eine ganze Reihe Schulen, die von

67) Deutsche Seifenhandelszeitung 1933 Nr. 17.
68) Der deutsche Obst-, Gemüse- und Lebensmittelhandel, 1934 Nr. 11.

Gauen oder Ortsvereinen getragen werden. Der Grundgedanke der Pharmazieschule ist, den Lehrherrn in der oft zeitraubenden Arbeit der wissenschaftlichen Ausbildung zu entlasten, zu der er gesetzlich verpflichtet ist. Die neuere Tendenz geht dahin, diese Einrichtungen fallen zu lassen und die Ausbildung wieder ganz in die Apotheke zu legen. Eine sinnvolle Lösung wäre es jedenfalls, beides zu verbinden, wie es bereits zuweilen geschieht, um dadurch diese wertvolle Einrichtung zu erhalten.

cc) Fachkurse.

Fortbildungskurse für Apotheker werden zeitweilig für praktisch tätige Fachgenossen, meist an Hochschulinstituten abgehalten, um den Praktiker mit den neuesten Methoden der Wissenschaft vertraut zu machen. So finden in der neueren Zeit Ausbildungskurse statt, um die Möglichkeit des Gasschutzes weiteren Kreisen praktisch zu offenbaren.

Aehnliche Veranstaltungen ermöglichen es den Drogisten, später als Berater auf die übrigen Volksschichten zu wirken. Eine sehr beliebte Einrichtung sind weiterhin die sogenannten Chefkurse für alle Gebiete der drogistischen Betätigung, die an der Akademie in Braunschweig stattfinden, und die damit diese musterhafte Anstalt auch älteren Fachgenossen zugänglich machen. Mit großer Befriedigung und unter guter Beteiligung wurden bisher diese Veranstaltungen von den Beteiligten aufgenommen.

Eine rege Wirksamkeit entfaltet der „Reichsverband des deutschen Seifenhandels" auf dem Gebiet der Fortbildungskurse. Mit Geschick und Tatkraft geht er der mangelnden Vorbildung seiner Mitglieder zu Leibe. Seit 1925 werden in verschiedenen Lehrgängen die Interessenten geschult. Zur Zeit laufen folgende Kurse: 1. Warenkunde für Seifenhändler. 2. Geschäftskunde mit Buchführung in Belehrungen und Uebungen für Seifenhändler. 3. Belehrungen und Uebungen betreffend Chemikalien, Farben und Gifte mit anschließender Prüfung für den Handel mit Giften. 4. Schaufensterdekorationen, Werbung und Plakatschrift in Belehrung und Uebungen für Seifenhändler[69]).

„Jeder Teilnehmer erhält am Schlußtage des Lehrganges bei regelmäßigem Besuche ein amtliches Zeugnis, dessen Besitz bedeutungsvoll ist in Berücksichtigung der vorstehenden gesetzlichen Bestimmungen für die Führung eines Ladengeschäftes"[69]).

69) Deutsche Seifenhändlerzeitung 1933 Nr. 17.

Dadurch will man sich einem kommenden Verlangen des Befähigungsnachweises gegenüber sichern.

Aehnliche Bestrebungen gibt es im Milchhandel. Um alle Milchhändler schnell zu erfassen, wurden Drei-Tagesschnellkurse eingerichtet, in denen in gedrängter Uebersicht das Nötigste über die pflegliche Behandlung der Milch angezeigt wurde. Als alle älteren Fachgenossen teilgenommen hatten, wurde die Zeitdauer der Kurse auf ein Vierteljahr ausgedehnt, und so die Gewähr geboten, sorgfältig die Ausbildung der Milchhändler vornehmen zu können.

dd) Sonstiges.

Damit wäre im vorigen eine Darstellung der systematischen und regelmäßigen Bildungsmöglichkeiten aufgezeichnet. Nebenher läuft noch eine Fülle von Gelegenheiten, die durch die Verbände häufig benutzt werden, um die Querverbindung Theorie-Praxis herzustellen.

Der Schoko-, Feinkost-, Fisch- und Zigarrenhändlerverband beschränken ihre Bildungsarbeit auf die Ausgestaltung der Fachzeitschriften mit Aufsätzen, die sehr wohl geeignet sind, vortreffliche Bildungsarbeit zu leisten. Der Vollständigkeit halber sei vermerkt, daß auch die anderen Verbände in gleicher Weise arbeiten. Ebenso werden im Rahmen von Tagungen und Versammlungen aller Verbände Vorträge gehalten, die der fachlichen Weiterbildung dienen. Der Feinkosthändlerverband veranstaltet örtliche Warenkurse-, Kochkurse- und Besichtigungen von Fabrikationsstätten. Dasselbe gilt hinsichtlich der Besichtigungen vom Tabak H. V., D. A. V., D. D. V., und Rekofei.

3. Wissenschaft und Kunst.

Auf dem Gebiete des Bildungswesens ergeben sich wichtige Berührungspunkte bei allen Fachverbänden mit der Wissenschaft. Es ist durchaus keine Seltenheit, daß Hochschulprofessoren, außer in Abhandlungen in den Fachschriften, das Wort auf den Tagungen ergreifen, um damit einen Beweis zu geben, daß sie der Praxis Anregung geben wollen und solche von ihr erwarten. Als Verbindungsoffiziere wirken dabei meist die Geschäftsführer, denen ihre akademische Bildung hierzu in besonderem Maße zur Hilfe kommt, um die gegenseitige Befruchtung möglichst ertragreich zu gestalten.

In das Gebiet der künstlerischen Betätigung gehört die Arbeit der Verbände hinsichtlich ihrer Pflege alter Sitten und Gebräuche. Festschriften und Festbücher sind eine Fundgrube

für historisches Material und die Archive der Verbände bergen manchen Schatz aus der Vergangenheit.

Daneben vergißt man nicht, daß die Gemeinschaft verpflichtet ist, sich für geschmackvolle Neuheiten hinsichtlich der künstlerischen Ausgestaltung des Werbematerials einzusetzen. Das weite Gebiet der Reklame tut sich auf, die eigentlich der markanteste Ausdruck unseres modernen Kunstlebens ist. Man darf anerkennend aussprechen, daß auf diesem Gebiet der Kunst in den letzten Jahren weniger Entgleisungen vorgekommen sind, als auf allen übrigen. Die Wirksamkeit der Fachverbände und ihre tatkräftige Mitarbeit ist an anderer Stelle — siehe Gemeinschaftswerbung — ausführlich dargelegt. Hier sei den Verbänden zuerkannt, daß diese Betätigung, auf der breiten Basis der Gemeinschaft gegründet, anregend und beispielhaft gewirkt hat.

b) Informationswesen.

Das Informationswesen stellt die Verbindung der Verbandsleitung mit dem Einzelmitglied her, seine Organe sind die Fachzeitschriften mit dem Kennzeichen der regelmäßigen Häufigkeit und Schnelligkeit, die Rundschreiben mit dem der Vertraulichkeit, die Fachliteratur mit dem der Einmaligkeit und Gründlichkeit, die Versammlungen mit dem der persönlichen Fühlungnahme. Ein Verband ohne diese Mittel der Verständigung hängt in der Luft. Das Informationswesen ist das Blut, das dem Verband Sauerstoff bringt und ihn am Leben erhält. Man kann behaupten und die Geschichte einzelner Verbände bestätigt es, daß z. B. erst nach Gründung einer Fachzeitung der Verband anfing zu leben. Dasselbe Bild bieten die Zusammenkünfte. Durch persönliche Fühlungnahme der Mitglieder gewinnt der Verband seine Gestalt, und solche Aussprachen wirken gleichermaßen richtunggebend.

Für jedes Mitglied ergibt sich daraus die Forderung, die bestehenden Hilfsmittel zu benutzen, anderfalls es für daraus entstehende Folgen belangt wird. Eine Reichsgerichtsentscheidung hat ganz klar ausgedrückt, „daß ein jeder, der die im Fachblatt seines Berufszweiges veröffentlichten amtlichen Verlautbarungen nicht kennt, weil er die Fachzeitschrift nicht liest, sich nicht auf Unkenntnis berufen kann, sondern, daß er vielmehr die Folgen dieser Säumigkeit tragen muß [70])."

70) Kolonialwaren- und Feinkostmarkt 1932, Jubiläumsausgabe.

2. Zeitschriften.

Der Bedeutung einer eigenen Fachzeitschrift sind die meisten Fachverbände mehr und mehr gerecht geworden. Neun Reichsverbände innerhalb dieser Gruppe haben verbandseigene Fachblätter.

aa) Verbandseigene.

Die Geschichte der Apothekerpresse ist alt und ehrwürdig wie die des Vereins. Als erste Zeitschrift des norddeutschen Apothekervereins sind die „Pharmazeutischen Monatsblätter" zu nennen, die 1821 unter Mitarbeit der führenden Fachgenossen erschienen. Januar 1822 gab der Oberdirektor des Vereins, Brandes, ein eigenes Blatt unter dem Namen „Archiv des Apothekervereins im nördlichen Teutschland" heraus. Eine „Pharmazeutische Zeitung" erschien zuerst als Beilage, dann als selbständiges Organ ebenfalls seit 1822. Damit ist nicht zu verwechseln die „Pharmazeutische Zeitung" aus Bunzlau, die 1863 zum Vereinsblatt bestimmt wurde. Das „Archiv" lief daneben weiter als wissenschaftliches Organ; von führenden Hochschulproffesoren geleitet, gelangte es zu hoher Blüte. 1886 wurde das Verhältnis zur „Pharmazeutischen Zeitung", gelöst, und in Gestalt der „Apothekerzeitung" ein verbandseigenes Organ geschaffen, das auch heute noch als Teil der „Standeszeitung deutscher Apotheker" lebt. Um den praktischen Apotheker in steter Verbindung mit seiner Wissenschaft zu halten, wurde 1904 die „Einvierteljahrsschrift für praktische Pharmazie" gegründet. Nach dem Weltkriege konnte die bis dahin kostenlose Zustellung des „Archivs für Pharmazie" nicht mehr beibehalten werden, aber sie wurde gegen einen kleinen Entgelt Interessenten zugestellt. Die „Vierteljahrsschrift" wurde mit ihr verbunden; 1924 kamen die „Berichte der pharmazeutischen Gesellschaft" dazu. Schwer hatte die „Apothekerzeitung" während der Inflationszeit zu kämpfen, doppelt wichtig war ihre Aufgabe, die Apotheker über die Preisänderungen in der Arzneitaxe auf dem Laufenden zu halten. Sie erschien damals in Gestalt der „Taxtzeitung des DAV.". Nach der Inflation gelang es durch systematischen Ausbau, die Apothekerzeitung zu „einem Fachorgan ersten Ranges, das sich im In- und Ausland großen Ansehens erfreut", zu machen [71]). Das war der Grund, die Zeitung nach Verschmelzung 1933 mit dem Organ der nationalsozialistischen Fachschrift „Die deutsche Apotheke" unter dem Titel „Standeszeitung deutscher Apotheker" bestehen zu lassen. Die Standeszeitung erscheint zweimal

wöchentlich und ist durch Form und Inhalt ein beispielhaftes Organ eines Fachverbandes[71]).

Die Geschichte der drogistischen Fachpresse ist wechselvoll. Schon 1874 erscheint das „Korrespondenzblatt des Verbandes deutscher Drogisten" unter der Redaktion des Vorsitzenden Meißner, der es später auf eigene Rechnung übernahm. Seit 1875 trug das Blatt den Titel „Drogistenzeitung", unter dem es auch heute noch erscheint. Die Verschmelzung von Besitzer und Redakteur in einer Person mit der Stellung als Verbandsvorsitzender brachte Meißner in eine stark angefeindete Lage. Als der Vertrag 1906 ablief, wurde er nicht erneuert. Die „Drogistenzeitung" hörte auf, Verbandsorgan zu sein. Am 1. April 1906 wurde als neues Verbandsblatt der „Drogenhändler" gegründet, dessen Schriftleiter Verbandsangestellter ist. Der „Drogenhändler" hat sich bis heute als führendes Fachorgan behauptet. Seine vorzügliche Ausgestaltung unterrichtet die Fachgenossen über fachpolitische, wirtschaftliche und wissenschaftliche Fragen. Er erscheint zweimal wöchentlich[72]). Daneben besteht als nationalsozialistisches Organ seit 1929 die gutgeleitetete Zeitung „Der deutsche Drogist" auch im Jahre 1933 selbständig weiter.

Der Rekofei bedient sch zur Vermittlung seiner Nachrichten der „Deutschen Kolonialwaren- und Feinkostrundschau", die am 1. September 1925 in eigene Verwaltung übernommen wurde. Diese Zeitung ist als anerkanntes und geschätztes Fachblatt die Vermittlerin für Fragen und Nachrichten des wirtschaftlichen, politischen und fachlichen Lebens. „Die Tagesakten, die der Reichsverband über alle Vorkommnisse besitzt, verzeichnen eine solche Fülle berufsständscher Arbeit aller Art, daß es ausgeschlossen wäre, allen diesen mehr internen Vorgängen ohne das offizielle Organ den Resonnanzboden zu verschaffen, der für ein Gelingen der praktischen Verbandsarbeit nun einmal notwendig ist[73])." Außerdem besitzen die einzelnen Landesverbände geeignete Fachblätter.

Einen ganz besonders starken Einfluß hat das Fachblatt beim Reichsverband deutscher Feinkostkaufleute auf das Verbandsleben eingenommen. Als dieser Verband 1905 gegründet

71) Krischke, a. a. O., S. 17 f., 86, 189, 305 ff.
72) Thiessen, a. a. O., S. 244 ff.
73 Rekofeifestschrift 1927 S. 33.

wurde, wollte der Organisationsgedanke nur schwer Platz greifen. Erst als er sich ein Fachblatt als Sprachrohr für den Verband und seine Politik zu sichern wußte, griff der Verbandsgedanke auf weitere Fachgenossenkreise über. Bis zum Jahre 1909 bestand ein Freundschaftsvertrag mit dem Verleger, aber der Verband verlangte volle Bewegungsfreiheit und gründete als eigene Zeitschrift den „deutschen Delikatessenhändler", der sich aus Unkenntnis zeitungstechnischer Angelegenheiten seitens der Herausgeber nicht lange halten konnte. Nach mehrmaligem Wechsel stellt heute „Die deutsche Feinkost", die unter der Redaktion des Verbandes in einem Privatverlang gedruckt wird, ein sehr wesentliches Glied in der Reihe der Fachschriften dar. Bemerkenswert ist das hohe Niveau der darin erscheinenden Artikel, die eine gute Unterrichtung der Verbandsmitglieder gewährleisten. Das Blatt erscheint wöchentlich. (Seit der Vereinigung des Reichsverbandes deutscher Feinkostkaufleute mit dem „Rekofei" ist das Organ „Die deutsche Feinkost" nicht mehr erschienen.)

Als eine ähnliche, man möchte sagen „Gründerleistung" muß die Herausgabe der 1895 gegründeten „Konfitürenzeitung" angesehen werden, da ihr ein starker Anteil an der Zusammenfassung des Verbandes zukommt. Das Blatt war das Organ des Berliner Vereins und wurde sämtlichen Schokoladenspezialgeschäften in Deutschland zugestellt. Dadurch wurde der Gedanke eines Zusammenschlusses für das ganze Reichsgebiet populär gemacht. Tatsächlich ist nicht zum mindesten die Vollendung der Organisation der Werbung in der Zeitung zu verdanken.

Daneben läuft die Entwicklung eines anderen Blattes derselben Branche. 1908 war in Berlin eine zweite Fachzeitschrift gegründet worden, die geschickt arbeitend einen wachsenden Einfluß erlangte, „Der Konfitürenmarkt". Dieser Einfluß ging so weit, daß sich die Bezieher zusammenschlossen zum „Verein der Konfitüreninteressenten von Berlin und der Provinz Brandenburg", dessen Vorsitzender der Redakteur Heidemann war. Eine Zeitlang liefen beide Blätter nebeneinander her, aber später kam es dann doch zu Reibereien. Vernünftigerweise trat man zusammen und berief zum 10. März 1910 eine Generalversammlung, in der die Verschmelzung beschlossen wurde. Die Blätter blieben noch eine Zeitlang bestehen, da vorerst die finanzielle Angelegenheit nicht geklärt werden konnte. Nach der Einigung wurde der „Konfitürenmarkt" Verbandsorgan, während die „Konfitürenzeitung" langsam einging. Am 1. Mai 1931 wurde die Zeitung als

als „Schokoladenhandelszeitung" verbandseigenes Organ; sie erscheint wöchentlich und bietet ihren Lesern neben fachwissenschaftlichen Aufsätzen hervorragende Artikel über Verbands-, Fach- und Standespolitik.

Die Verbandszeitung des Reichsverbandes deutscher Kaufleute des Wild- und Geflügelhandels ist der „Deutsche Wild- und Geflügelhändler". Seit den ersten Anfängen des Verbandes steht er durch Vermittlung von wichtigen Nachrichten den einzelnen Mitgliedern zur Seite. Schweren Schaden erlitt das Blatt in den Kriegs- und Inflationszeiten, sodaß es 1924 erst vierwöchentlich, dann zweiwöchentlich und nach einiger Zeit wieder wöchentlich erscheinen konnte.

In der Vorgeschichte der Zigarrenhändler-Vereinigung trifft man häufig auf das Wirken der Fachblätter in der Zusammenschlußfrage; so ist „Die Cigarre" schon 1898 bei ihrer Gründung und „Der Cigarrenhändler" für einen Kongreß aller Tabak- und Zigarrenladeninhaber Deutschlands eingetreten. Eine sehr tatkräftige Unterstützung fand der junge Verband durch die neugegründete Zeitung „Der deutsche Cigarrenhändler". 1902 wurde vom Verband das Anerbieten des Verlages angenommen und dies Blatt offizielles Verbandsorgan neben der in Leipzig erscheinenden „Cigarre". Beide Blätter wurden „gratis und franko" geliefert und dazu dem Verbandsbüro ein „zu vereinbarender Betrag gezahlt"[74]). Daneben wurde durch Sonderdrucke der Zeitung die Werbetätigkeit des jungen Verbandes wirksam unterstützt. Auch das heutige Fachblatt mit dem Namen des Verbandes wird gratis zugestellt. Es erscheint zweimal wöchentlich.

Das Organ der Seifenhändler ist „Die deutsche Seifenhändlerzeitung", die damit alle anderen bis zum Juni 1933 bestehenden Fachblätter ablöste und heute als Einheitsorgan arbeitet. Sie ist offizielles Verbandsblatt und erscheint 14tägig.

Der „Deutsche Obst- und Gemüsehandel", Fachblatt für den gleichnamigen Reichsverband, ist eine Neugründung des Jahres 1933. In der Nr. 1 des ersten Jahrganges vom 18. September 1933 heißt es: „Damit ist ein langjähriger Wunsch unserer Berufskollegen endlich in Erfüllung gegangen, das Verbandsorgan in eigene Verwaltung zu nehmen, um auch an dieser Stelle mitzuarbeiten an der Neugestaltung unseres Berufsstandes und nationalsozialistisches Gedankengut in unseren Berufskreisen zu verbreiten."

74) Der deutsche Cigarrenhändler, 1903, S. 11.

Das Fachblatt für den Milchhandel ist die „Deutsche Milchhändlerzeitung". Sie ist Zentralorgan und Eigentum des Reichsverbandes, da für die Landesverbände Sonderblätter (wie die „Norddeutsche-, Sächsische-, Rheinisch-Westfälische-, Südwestdeutsche Milchzeitung" und der „Pionier im Milchhandel") bestehen. Sie ist aus der „Berliner Milchzeitung" hervorgegangen, die 1879 gegründet wurde, um den Interessen und Bestrebungen des gesamten deutschen Milchhandels sowohl in der Organisationsbewegung als auch nach außen durch ein wirksames Wort einen festen Stützpunkt zu verleihen. Das konnte erreicht werden und wurde gebührend anerkannt, als sie 1920 in der „Deutschen Milchhändlerzeitung" aufging, nachdem sie schon ab 1895 Organ des Reichsverbandes war. Die Zeitung erscheint wöchentlich[75]).

Eine Ueberleitung zum zweiten Abschnitt, der die privaten Blätter behandelt, bildet das Organ des Reichsverbandes der Fischhändler, „Der deutsche Fischhandel", der nach mehrmaligem Wechsel jetzt im Eigenverlage und unter der Redaktion des Verbandsdirektors Winkler erscheint. Die zweimal monatlich erscheinende Ausgabe unterrichtet die Mitglieder über alle Fachfragen.

bb) Private.

Wenn hier von Privat-Fachblättern gesprochen wird, so ist darunter zu verstehen, daß die Redaktionsmitglieder nicht Angestellte des Verbandes, sondern eines Privatverlages sind. „Verbandseigen" heißt eben nicht, daß das betreffende Blatt materiell dem Verbande gehört, sondern daß es gänzlich unabhängig, nur im Sinne des Verbandes redigiert wird.

Ein solches Organ ist die Nachrichtenquelle für die Mitglieder des Reichsverbandes deutscher Kaufleute des Butter-, Fettwaren-, Käse- und Eierhandels. In der Gründungsversammlung wurde auf Anregung des Berliner Vereins als Fachblatt des Reichsbundes der „Butter- und Fettwarenverkehr" gewählt. Das Blatt erscheint zweimal wöchentlich und wird den Mitgliedern unentgeltlich zugestellt. Es ist in der Hauptsache fachpolitisch orientiert, während die „Nachrichten für den Butter- und Fetthandel" der Wirtschaftspolitik den ersten Platz einräumen.

Das bedeutendste Organ für den Weinhandel ist die „Deutsche Weinzeitung", Mainz. Daneben ist bemerkenswert das „Weinblatt" Neustadt.

75) Deutsche Milchhändlerzeitung S. 2, 1924 Nr. 23.

Dem Weinhandel ähnlich ist die Stellung der Fachzeitschrift im Spirituosengewerbe. Das überragende Blatt ist die „Deutsche Destillateurzeitung", Berlin. Die Beziehungen dieser Zeitung zum Fachverband sind immer die besten und herzlichsten gewesen. Mit ihm und seinem Berliner Zweig- und Ursprungsverein verbindet die Redaktionsleitung nicht nur sachliche, sondern auch persönliche Bande insofern, als der Leiter der Zeitung häufig zu Beratungen des Verbandes hinzugezogen wird. Auch an der Gründung hat das Blatt regen Anteil genommen. Es erscheint Dienstags, Donnerstags und Sonnabends jeder Woche. Durch Zusammenarbeit mit Ministerialbeamten, Professoren und anderen Wissenschaftlern ist es in der Lage, seinen Beziehern mit Rat und Tat auf jedem Gebiet zur Seite zu stehen.

3. Rundschreiben.

Der Weg der Unterrichtung der Mitglieder durch Rundschreiben wird in erster Linie von solchen Verbänden beschritten, die keine verbandseigene Fachpresse besitzen. Regelmäßig tritt auf diesem Wege der Reichsverband deutscher Kaufleute des Butter-, Fettwaren-, Käse- und Eierhandels an seine Mitglieder heran. Der große Vorteil beruht bei diesem System auf der Vertraulichkeit aller Auslassungen.

Die restlichen Verbände versenden solche vertraulichen Mitteilungen zumeist an ihre Untergruppenvorstände, die diese dann in den Sitzungen den Mitgliedern zu Gehör bringen.

4. Fachliteratur.

Die Existenz einer Fachliteratur zeigt nur der in sich geschlossene, starke und kräftige Verband. Da diese Voraussetzungen nicht überall erfüllt sind, kann man nicht in jedem Fall ein solches erwarten. Auch hier handelt es sich nicht nur um Bücher, die im Eigenverlage erscheinen, sondern die Voraussetzung ist, daß sie auf Veranlassung oder durch Mitwirkung des Fachverbandes entstanden sind.

Die ersten Bemühungen dieser Art beziehen sich beim D A V. auf die Mitwirkung bei der Herausgabe der Arzneitaxe und des Arzneibuches. Besonders um die Vereinheitlichung des letzteren für ganz Deutschland wurde eifrig gekämpft. Regelmäßig, aber ohne das Kennzeichen der Häufigkeit, erscheint das „Handbuch des deutschen Apothekervereins", anfänglich als Beilage zur Apothekerzeitung, später in jährlichen selbständigen Ausgaben. Eine Uebersicht über die größeren Werke des Vereinsverlages, die nach dem Kriege erschienen, zeigt die rege Betätigung auf

diesem Gebiete. Es erschienen Werke über Gesetzgebung, Arzneivorschriften, Reklame, Geschichte, pharmazeutische Namengebung, Chemie, Verwaltung und daneben eine Reihe kleinerer Werke der pharmazeutischen Fachliteratur.

Auch der D D V. hat sich auf diesem Gebiete stark betätigt. Es sind bis heute ungefähr 40 Werke erschienen, umfassend das Gebiet der Drogistenpraxis, Ausbildung, Gesetzeskunde, Warenkunde und der allgemeinen kaufmännischen Literatur. Daneben sind die Jahrbücher erwähnenswert, die jedoch nicht ganz regelmäßig erschienen sind.

Eine ganz besondere Bedeutung kommt, wie es schon an anderer Stelle erwähnt ist, der Literatur über die fachliche Ausbildung zu. Mit finanzieller und sachlicher Unterstützung des Verbandes ist es gelungen, eine Literatur zu schaffen, die es erlaubt, die Ausbildung des Nachwuchses nach einheitlichen Gesichtspunkten zu regeln. Es ist erwähnenswert, daß an der Vervollkommnung dieses Zieles gerade heute wieder von der Leitung des Verbandes gearbeitet wird.

Das Schrifttum des Rekofei wird durch den Genossenschaftsverlag der Edeka verlegt. Ein sehr bemerkenswertes Zeichen der engen Verflechtung von Fachverband und Genossenschaft. Die Edeka-Verlagsgesellschaft hat eine Reihe volkswirtschaftlicher und genossenschaftlicher Werke herausgegeben.

Größere und kleinere Arbeiten, Festschriften und Festbücher, Taschenbücher und Kalender finden sich bei fast allen Fachverbänden, ohne daß sie darin, wie die vorgenannten Verbände, das Maß des Ueblichen überschreiten. Aber sie füllen damit eine Lücke, wodurch das Einzelmitglied leichter in die Arbeit seines Verbandes eingeführt wird.

Nicht zu erfassen ist die Mitarbeit der Verbände an Dissertationen, wissenschaftlichen Werken allgemein wirtschaftlicher Tendenz und ähnlicher Literatur. Es wäre undenkbar, daß ohne ihre Mitarbeit eine Darstellung auf diesem Gebiet veröffentlicht werden könnte.

5. Versammlungen.

Ein ungemein wichtiges Gebiet für das Leben der Verbände sind die Versammlungen. Alle Fachverbände pflegen in regelmäßig sich wiederholenden Zeitabständen ihre Mitglieder an solchen Treffpunkten zusammenzuziehen. Die Regel ist heute, jährlich einmal eine ordentliche Hauptversammlung für gewählte Abgeordnete abzuhalten, die in den verschiedenen Gegenden des Reiches eine Sammlung des gesamten Reichsverbandes ist.

Verbandstage sind Meilensteine im Leben des Verbandes gerade durch ihre Verbindung mit wichtigen Anlässen. Man legt solche Tagungen gern und sinnreich mit Feiern besonderer Art zusammen, wie Ausstellungen, Landesfeiern, Messen, Jubiläen und dergl.

Daneben laufen in weniger langen Abständen die Versammlungen größerer Bezirke und zuletzt die meist monatlich stattfindenden Ortsversammlungen. Es wäre falsch, diese im kleinerem Rahmen stattfindenden Zusammenkünfte an Bedeutung hinter den ersteren zurückzusetzen. Oft werden gerade hier im engeren Kreis Entschlüsse geboren, die später in großen Gremien nur noch beraten werden. Während die Hauptversammlungen oft nur dekorativen Charakter tragen und eine Demonstration nach außen sind, zeigen uns diese kleineren Versammlungen ein reiches Innenleben.

c) Gemeinschaftswerbung.

1. Allgemeines.

Die Werbung erfüllt die Aufgabe, „neue Kunden zu gewinnen, alte zu erhalten, verloren gegangene wieder zu erobern [77])." Ihre Arbeit gehört in das Gebiet der Betriebspolitik, Gemeinschaftwerbung geht darüber hinaus. Sie unterstützt die Werbung des einzelnen, sie wirbt für den Stand (bei den Fachverbänden) und damit nochmals für das Einzelmitglied; also ist sie doppeltwirksam. Allerdings ist die Wirkung oft nicht sofort erkennbar, aber sie hält darüber hinaus um so länger vor. Gemeinschaftswerbung ist Standespolitik in wirtschaftlicher und sozialer Hinsicht (Hebung des Ansehens).

Die Gemeinschaftswerbung ist ein besonderes Zeichen des Vordringens der Kollektivwirtschaft in den Einzelhandel. Hier ist ein gemeinsamer Nenner für alle Glieder einer Branche gegeben. Es ist selbstverständlich, daß die erwähnten Einzelfälle erst spät (nach dem Weltkrieg) in die Erscheinung treten. Wenn die verhälnismäßig geringe Zahl von Beispielen der Gemeinschaftswerbung der Fachverbände im Einzelhandel zu erklären ist, dann vielleicht dadurch, daß diese Werbung immer nur ein Teil der Werbung ist, der in mancher Hinsicht begrenzt ist, wäh-

77) vergl. R. Seiffert, Die Einzelhandels-Werbung im Handb. d. Einzelhandels, S. 453.

rend die Gemeinschaftswerbung an sich innerhalb des Einzelhandels durch Kollektivwarenhäuser, Straßen- und Stadtreklame, Lichtwochen, Fremdenverkehrswochen, Messen und dergleichen ergänzt wird. Besonders ist bei der Gemeinschaftswerbung außerdem auf bezirkliche Verschiedenheit Rücksicht zu nehmen, weshalb sie keinen größeren Umfang gewonnen hat[78]).

Von den hier zur Untersuchung stehenden Verbänden haben bisher 12 in irgendeiner Form Gemeinschaftsreklame gepflegt, zwei sich dagegen auf Grund ihrer anders gearteten Einstellung ausgeschlossen. In beiden Fällen handelt es sich um keine reinen Einzelhandelsverbände, sondern um Mischgebilde mit großhändlerischem oder industriellem Einschlag. Bei beiden dürfte zudem das psychologische Moment eine Rolle spielen, indem es sich einmal um einen Verband mit Großfilialsystem (Butter-, Fettwaren-, Käse- Eier) handelt, im andern Fall ist es der Spirituosenineressenverband, dessen Gemeinschaftsarbeit eher auf Abwehr von Abstinenzbestrebungen als auf Werbung für seine Erzeugnisse gerichtet ist.

Der Verband ist oft nur der Anreger einer Werbung, deren Ausgestaltung dem einzelnen überlassen wird. Es wird dann in der Fachpresse daraufhingewiesen, daß jetzt die rechte Zeit für den betreffenden Artikel sei. Meist aber geht der Verband noch weiter und stellt dem Mitglied nach Belieben (denn es handelt sich hier immer um die freiwillige Teilnahme des einzelnen) Werbematerial zur Verfügung.

aa) Mitwirkung des Einzelnen.

Der Wildhändlerverband gibt regelmäßig Werbeplakate, der Schokoverband ebenso Schaufensterschilder und Preisschilder an seine Mitglieder heraus.

Der DAV. läßt durch seine Werbestelle (1931 als Abteilung der Geschäftsstelle gegründet) Apothekenwerbemittel entwerfen und vertreiben, Organisationen von Gemeinschaftswerbungen ausführen und im Einzelfall jedes Mitglied beraten. Daneben wird durch Hauszeitungen, Leuchtschilder, Etiketten mit dem Aufdruck: „Nur in der Apotheke erhältlich", und neuerdings Ausführung von Dekorationsmaterial ein lange Zeit vernachlässigtes Gebiet bearbeitet. Die Ausdehnung der Gemeinschaftsreklame wird so sehr in den Vordergrund gestellt, daß es daneben keine Einzelreklame gibt (außerhalb der Geschäftsräume). Es gilt

78) vergl. Lisowsky A. „Die Kollektivwerbung im Einzelhandel" im H. d. E. S. 482.

nicht mit Unrecht als Verletzung der Standesehre, durch Anzeigen u. ä. für eine einzelne Apotheke zu werben. Hier ist das genaue Gegenteil des Standpunktes vertreten, den der Butter- und Fettwarenhändlerverband einnimmt, der nur Individualreklame bringt und jede Gemeinschaftsreklame ablehnt.

Erfolgreich hat sich besonders der DDV durchgesetzt. Das Reklamematerial mit dem lapidaren Satz: „Fragt den Drogisten" hat durch seine treffende und geschmackvolle Ausführung weite Kreise erobert. Vorbildlich sind die Werbewochen, zu denen in Bild und Schrift vom Verband Material geliefert wird (Photo-, Farben-, Kräuter-, Stärkungsmittel-Werbewochen.) Eine Kundenzeitschrift, Leuchtschilder, Verbandswappen und Lagerklischees vervollständigen die Reihe der Werbemittel.

Eine sehr bemerkenswerte und originelle Werbung eines örtlichen Drogistenvereins war der Gemeinschaftsladen Magdeburger Drogisten, der rund drei Jahre bestand, und eine propagandistisch einwandfreie Leistung aufgewiesen hat.

Der Rekofei kann sich spezieller Reklame enthalten, da diese vor allem von seinen Landesverbänden (auf die Eigenart der Bevölkerung zugeschnitten), daneben von der Edeka und den übrigen Einkaufsorganisationen besorgt wird. Die Außenfront der Edekageschäfte zeigt häufig eine solche Uebereinstimmung, daß man fast von Gemeinschaftsläden sprechen kann. Diese Außenwerbung wird unterstützt durch eine Kundenzeitschrift.

Der Seifenhändlerverband wirbt durch ein Werbeblatt der Genossenschaft „Ecedes", während der Obst- und Gemüse H. V. durch das Schlagwort: „Eßt mehr Früchte und Ihr bleibt gesund" großen Einfluß auf die Bevölkerung erzielt hat.

Gemeinschaftsausstellungen, „der gedeckte Tisch" und die Propagierung des Verbandswappens stellen das Programm des Feinkostverbandes dar.

Der Zigarrenhändlerverband stellt seinen Mitgliedern Werbematerial für die Hebung des Zigarrenkonsums zur Verfügung. Unter dem Motto „Deutsche Zigarrenwerbung" hat diese Gemeinschaftswerbung Anklang gefunden. Die Kosten werden zur Hälfte von den Fabrikanten, zur anderen Hälfte von den Händlern getragen, so daß der Verband nur die Leitung und Gestaltung in Händen hat.

bb) Ohne Mitwirkung des Einzelnen.

Handelt es sich im vorigen um die Mitarbeit des einzelnen Mitgliedes, so wird sie im folgenden entbehrt, da der Verband die Ausführung selbst in die Hand nimmt.

Regelmäßige Inserate in den großen nationalsozialistischen Blättern sollen der Bevölkerung einprägen, daß nur der Apotheker St. D. A. (Standesgemeinschaft Deutscher Apotheker) Gewähr für die Güte seiner Waren gibt. Gleichermaßen hat der Film „Die deutsche Apotheke", der in vielen hundert Lichtspielhäusern lief, der Welt gezeigt, daß die deutsche Apotheke eine Kulturstätte ist.

Auch der DDV. pflegt durch sachliche Inserate Aufklärungsarbeit für die breite Masse. Einige Filme u. a. über die Braunschweiger Akademie haben der Bevölkerung einen guten Einblick in die drogistische Ausbildung vermittelt.

cc) Unter Mitwirkung amtlicher Stellen.

Gemeinschaftswerbung mit behördlicher Unterstützung finden wir in drei Branchen. Im Weinhandel sorgte der „Reichsausschuß für Weinpropaganda", Berlin, der anfänglich mit großen Mitteln ausgestattet war (1926 ¼ des Aufkommens aus der Weinsteuer) für eine umfassende Propaganda. Als der Ausschuß aus Mangel an Mitteln seine Tätigkeit einschränken mußte, griff die Berliner Verbandsleitung helfend ein, um wenigstens einen Teil fortzuführen. Durch Plakate, Postkarten, Schriften, Tischkarten u. dergl. hat man eine Zeitlang den Verbrauch wirksam fördern können.

Die entsprechende Einrichtung im Milchhandel ist der „Reichsmilchausschuß". Werbeplakate auf den Straßen, in den Wartezimmern, den Geschäften hämmern den Ruf ein: „Trinkt mehr Milch", „Milch schafft Lebenskraft". Der Ausschuß arbeitet auch heute noch mit reichen Mitteln.

Im „Ausschuß für Seefischpropaganda" ist die dritte Behörde gleicher Art geschaffen. Plakate etwa mit dem Stichwort: „Eßt Fisch und ihr bleibt schlank", mit Kochkursen, Filmvorführungen, Aufklärungsschriften, Seefischkochbüchern und neuerdings mit Fischtagen (an denen sich besonders die nationalsozialistischen Parteiorganisationen der Küstengebiete beteiligen) tragen den Gedanken des regelmäßigen Fischverzehrs in weite Kreise.

Wenn auch in allen drei vorgezeichneten Fällen die Hauptwirksamkeit bei den Reichsstellen liegt, so ist doch die unterstützende und ausführende Mitwirkung seitens der Fachverbände unentbehrlich, und es gereicht nicht zum mindesten dem Einzelhandel zum Vorteil, diese Bestrebungen zu unterstützen. Keiner ist eher in der Lage, den Verbrauch in diesen Branchen

durch Werbung zu heben, als die Fachverbände mit ihren zahlreichen Mitgliedern. Die Einstellung zu diesen Reichsstellen ist daher in allen Fällen durchaus freundlich und unterstützend.

3. Fabrikate.

Als letzte Gruppe ist die Werbung durch Gemeinschaftserzeugnisse zu erwähnen, deren Hersteller meist die Genossenschaften sind. Unternehmungen dieser Art bestehen bei der Dedro-Genossenschaft (Drogisten), Edekagenossenschaft (Kolonialwarenhändler) und Zigarrenhändlergenossenschaft. Es ist hier nicht die Stelle der Entscheidung, ob der Einbruch der Genossenschaften in das Gebiet der Produktion zu rechtfertigen ist oder nicht. Jedenfalls bietet sich dem organisierten Fachhändler eine Gelegenheit, sich der Gemeinschaftsreklame bei seinen Waren zu bedienen.

4. Ausstellungen.

Einen breiten Raum nimmt das Ausstellungswesen als Gemeinschaftswerbung ein. Gerade die neueste Zeit mit der Welle der „braunen Messen" zeigt uns die Gemeinschaftsarbeit einzelner Verbände, indem sie aus diesem Anlaß selbst als Aussteller auftreten. Aehnlich ist es bei Fachmessen, deren Leitung meist der Fachverband innehat, oder woran er zum mindesten sein Interesse kundtut. Solche Fachausstellungen werden gelegentlich der großen Trefftage abgehalten und geben Fachleuten und Laien ein anschauliches Bild von der Leistungsfähigkeit der betreffenden Branchen. Es gibt keinen Verband, der diese Gelegenheit der Gemeinschaftswerbung unbenutzt läßt.

Bemerkenswert ist die „Anuga" des Feinkostverbandes." „Lange vorher hat der Verband auf dem Gebiete des Ausstellungswesens bahnbrechend gewirkt. Die „Anuga" ist ein großer Aktivposten in der Verbandsgeschichte, das älteste und größte, vor allem mustergültigste Ausstellungsunternehmen dieser Art[79])."

Eine noch größere Bedeutung hat heute die „Rekofa", die der Rekofei in Gemeinschaft mit der Edeka seit 1927 ausführt. In einem amtlichen Geleitwort heißt es: „Mehr als alle gesetzlichen Maßnahmen vermag diese Art der Selbsthilfe den selbständigen kaufmännischen Mittelstand vor Aufsaugung und Ausschaltung zu schützen, seine Wettbewerbsfähigkeit zu stärken[80])".

79) Deutsche Feinkost, Jubiläumsausgabe 1927.
80) Jahresbericht des Rekofei 1931/32 S. 26.

Der Schokoverband nennt seine Ausstellungen „Re-Sü-Wa", mit denen er wiederholt erfolgreich an die Oeffentlichkeit trat. Von der diesjährigen Re-Sü-Wa, die mit großem Erfolg im September in Berlin stattfand, heißt es: „Der gleich nach der Eröffnung stark einsetzende Besuch seitens der Schokoladen- und Süßwareneinzelhändler gibt offenbar den Erwartungen der Industrie recht, wonach auch diese von der wirtschaftlichen Depression besonders stark betroffene Einzelhandelsgruppe nun wieder Mut zu Käufen und Dispositionen auf weitere Sicht gefaßt hat[81])". Also ein vorzüglicher Werbungsfaktor in dieser Branche.

Reichsseifenmessen werden seit 25 Jahren veranstaltet, seit diesem Jahre vom Reichsverband der Seifenhändler. Dank ihrem geschlossenen Aufbau hatte sie einen besonderen Erfolg und gibt Kunde von der tatkräftigen Wirksamkeit des neuen Reichsverbandes.

e) Kreditorganisation.

1. Allgemeines.

Der Einzelhandel ist wie der gesamte Mittelstand durch das Bevorzugen von Groß-Krediten (Real-Krediten) durch die Banken[82]), insbesondere die Großbanken, hinsichtlich des Personalkredites gezwungen, in der Kreditbeschaffung eigene Wege zu gehen. Die Hauptquellen sind heute Sparkassen und Kreditgenossenschaften. Beide Einrichtungen beschränken sich aber nicht auf den Einzelhandel, sondern sind die Hauptträger des Kredites für den gesamten gewerblichen Mittelstand. Dieser Vorgang ist durchaus gesund und weiteste Kreise des Einzelhandels finden hier Befiedigung ihrer Kreditansprüche. Da sie jedoch das gesamte Kreditverlangen niemals berücksichtigen können, griff ein Teil der Fachverbände zur Selbsthilfe durch Schaffung eigener Organisationen. Es ist verständlich, daß die Schwierigkeiten der Materie nur wenige ermunterte, sich auf dieses Gebiet zu wagen.

2. Kreditorganisation.

Der Kreditverein deutscher Apotheker („Kreda") wurde 1902 gegründet, um auf genossenschaftlichem Wege Geschäftskredite zu vermitteln. Der D.A.V. war daran nicht direkt beteiligt, sondern unterstützte diese Bestrebungen nur wohlwollend. Der Verein hat sich sehr günstig entwickelt. Der Kreda zählte nach

81) Der Obst- und Gemüsehändler 1933, Nr. 1, S. 6.

82) Nach Angaben des Enquete-Ausschusses 1930 entfällt nur 1 % der Gesamtausleihungen auf den Einzelhandel, davon 70 % auf Warenhäuser.

seinem Geschäftsbericht 1932 1835 Mitglieder mit 1901 Geschäftsanteilen zu je 500,– RM. und einer Haftsumme von 1 140 000,— Mark.

Bei den 1907 gegründeten „Garantiegenossenschaften deutscher Apotheker" führte der D.A.V. einen Zusammenschluß aller Bezirksgruppen zu einer Vereinigung herbei. Auch diese Einrichtung war in der Lage, den Mitgliedern Hypotheken zu einem mäßigen Zinsfuß zu besorgen.

Der Name „Spar- und Arbeitsgemeinschaft der Jungkaufleute des deutschen Kolonialwaren- und Feinkosteinzelhandels e. V." zeigt uns das Programm dieser Einrichtung. Durch Sparen und Arbeiten sich und den Fachgenossen Kredit und damit Selbständigkeit zu schaffen, ist das Ziel. Die Spara ist zugleich Bildungs- und Erziehungsanstalt und bezweckt sowohl materielle wie individuelle Sicherstellung des kaufmännischen Nachwuchses. 81 Ortsgruppen mit 3321 Mitgliedern umfaßte 1932 diese Vereinigung; ein eigenes Mitteilungsblatt unterrichtet über alles Wissenswerte.

Daneben bestehen in der Kolonialwarenbranche Kreditorganisationen bei den Landesverbänden. So hat in Hamburg die „Kreditgesellschaft für den Kolonialwarenhandel m. b. H. gegr. 1930" eine Reihe würdiger Kollegen gegen Sicherheit gestützt und vor dem Untergang bewahrt. Ebenso wurde einer Reihe junger Berufsanwärter durch Unterstützung zu einer Existenzgründung verholfen [83]).

In geringerem Umfange bestehen beim Obst- und Gemüsehandelsverband innerhalb der Ortsgruppen Kreditvereine. Im Fischhandel konnte der Reichsverband 1923 die Verteilung eines größeren Gemeinschaftskredites seitens der Reichsbank vornehmen und damit manche schwache Existenz retten.

Wichtig ist, daß viele Einzelhandelsgenossenschaften in der Lage sind, ihren Mitgliedern Kredite zu gewähren, so besteht z. B. bei der Schoko-Genossenschaft eine Sparabteilung zu diesem Zweck, um den Zahlungsverkehr mit den Lieferanten zu erleichtern.

Das bedeutendste Genossenschaftsunternehmen ist die Edekabank, die neben ihrer Arbeit als Geldausgleichsinstitut für die Edekagenossenschaften und Finanzierungsinstitut für das

83) Festschrift des Hamburger Kolonialwarenhändlerverbandes 1932 S. 33.

Warengeschäft der Edekazentrale als Spar- und Kreditinstitut für die Einzelmitglieder und die Kunden der Einzelmitglieder auftritt.

e) Einkaufsorganisationen.

1. Allgemeines.

Die Betätigung der Fachverbände auf dem Gebiet der Einkaufsorganisationen hat seinen bedeutsamsten Ausdruck in der Form der Genossenschaften gefunden; hier ist der Erfolg recht groß, wenn man berücksichtigt, daß die Einkaufsgenossenschaften an sich nur einen kleinen Teil der Genossenschaften überhaupt, die ja vor allem Kreditgenossenschaften sind, ausmachen.

Es waren 1932 von rund 50 000 deutschen Genossenschaften
21 800 Kreditgenossenschaften,
18 860 landwirtschaftliche Genossenschaften,
1 296 Wareneinkaufsgenossenschaften [84]).

Die Entwicklung der Einkaufsgenossenschaften seit 1900 ging so vor sich, daß ihr Anteil an der Gesamtzahl der Genossenschaften wuchs:

	Anzahl	in %
1900	28	0,14 [86])
1910	224 [85])	0,6 [86])
1914	306 [85])	0,93 [86])
1924	1436 [85])	2,8
1931	1274 [84])	2,4

Davon waren 1931 629 Wareneinkaufsgenossenschaften im Einzelhandel [87]).

Des weiteren findet sich der Gedanke des gemeinsamen Einkaufes ganz besonders stark bei den hier behandelten Branchen vertreten. 1927 gab es Einkaufsgenossenschaften:

		Umsatz in Mill. M.
für die Kolonialwarenhändler	266	195,7
für die Milchhändler	8	3,6
für die Süßwarenhändler	5	3,5
für die Seifenhändler	2	3,0
für die Drogisten	19	15,6
für die Tabakwarenhändler	6	6,4
	306	227,8
Alle übrigen	71	165,6 [88])

84) Jahrb. 1931 d. Deutsch. Genossenschaftsverbandes S. 79.
85) Crüger H. im H. D. St. Rohstoffgenossenschaften, IV. Aufl. S. 116.
86) van Norden, Die Einkaufsgenossenschaften, S. 1.
87) Jahrbuch 1931 a. a. O., S. 132.
88) Wiegel, a. a. O., S. 49.

Dabei ist zu bemerken, daß in der Zahl „Kolonialwarenhändlergenossenschaften" die Edeka-Genossenschaften mit 417 eingeschlossen sind und nur die Umsätze mit der Edeka-Zentrale berücksichtigt sind, während der Gesamtumsatz 225 Millionen beträgt.

Die Anfänge der Einkaufsgenossenschaften liegen in den letzten Jahrzehnten des vorigen Jahrhunderts. Der Sinn und Zweck war, sich die gleichen günstigen Einkaufsmöglichkeiten zu erschließen, wie sie den Großbetrieben des Einzelhandels (Warenhaus, Konsumverein usw.) zur Verfügung standen. Daneben stellten sich noch andere Aufgaben ein, deren Verfolg oft nicht minder wichtig war:

1. Die bessere Einteilung des Einkaufs durch Lagerhaltung bei der Genossenschaft und damit verbunden eine fühlbare finanzielle Entlastung.

2. Durch Barbezahlung kaufmännische Erziehung zu wirtschaftlicher Disposition.

3. Die Wucht der geeinten Einzelglieder übt einen Druck auf Industrie und Großhandel zur Erreichung günstigerer Preise und Berücksichtigung spezieller Wünsche aus.

4. Der geschulte Zentraleinkäufer ist in der Lage, den Qualitätsgedanken stärker zu betonen.

5. Bestrafung unliebsamer Elemente durch ihren Ausschluß aus der Gemeinschaft.

Die Nachteile des weniger individuellen Einkaufes kommen für diese Branchen, in denen Modeartikel keine Rolle spielen, kaum in Betracht. Der wichtigere Nachteil ist die teilweise Ausschaltung des Großhandels, die sich aber vorläufig nicht umgehen läßt, wenn man das größere Ziel im Auge hat, die Ablösung der „fremden Wirtschaftsorganisationen" (Warenhaus, Konsumverein usw.) auf friedlichem Wege zu betreiben.

Mit anderen Worten: In den Einkaufsgenossenschaften hat das Einzelhandelsfachgeschäft eine starke Waffe zur Wahrung seines Bestandes im Kampf gegen seine Feinde, indem es sich deren Hauptstärke zu nutze macht. Die Pflege des Genossenschaftsgedankens ist eine wesentliche Aufgabe unserer Fachverbände, die, ohne sich selbst um die wirtschaftliche Kleinarbeit zu kümmern, Anregung und Anstoß zur Verwirklichung zu liefern haben. Dieser Aufgabe haben sie sich häufig mit Erfolg unterzogen.

Dabei ist die Rolle des Großhandels durchaus nicht ausgespielt. Die Industrie aber soll man nach Möglichkeit nicht durch

Eigenproduktion aus ihrem Wirtschaftssektor verdrängen, sondern mit ihr in verständnisvoller Zusammenarbeit den Dienst am Fachgeschäft üben.

2. Genossenschaften.

Die bedeutendste aller Einkaufsgenossenschaften ist die Edeka, deren Organisationserscheinungen ja auch mehrfach Gegenstand ausführlicher Darstellungen gewesen sind. Wenn es daneben noch eine Reihe außerhalb stehender Genossenschaften in der Kolonialwarenbranche gibt, so bleiben diese hier unberücksichtigt, da bei ihnen keine so starke Mitarbeit am Leben des Fachverbandes, des Rekofei, gegeben ist, wie bei der Edeka. Das Gründungsziel der Edeka war, ihre Mitglieder an die besten und billigsten Bezugsquellen heranzubringen. Die Selbsthilfebewegung in der genossenschaftlichen Organisation hat sich als ein unentbehrliches Hilfsmittel des Kleinhandels im Wirtschaftskampf erwiesen und wird es auch bleiben.

Die Edeka ist 1907 gegründet worden, also zu einer Zeit, als es noch keine Reichsfachorganisation gab. Als 1917, gedrängt durch die Wirren des Krieges, der Rekofei geschaffen wurde, stellten sich ihm starke Schwierigkeiten in den Weg. Es wurde erst ein erheblicher Fortschritt erzielt, „als sich 1926 die Edeka mit dem Rekofei soweit vereinigte, daß allen ihren Mitgliedern die Zugehörigkeit zum Fachverband auferlegt wurde“ [89]). Der ersten Begeisterung der Mitglieder mußte aber in ernster Zusammenarbeit der reale Unterbau geschaffen werden. Das beweist von neuem die Tatsache, daß Fachverband und Genossenschaften in mancher Hinsicht eine Einheit sind.

Die Edeka ist ein Verband der deutschen kaufmännischen Genossenschaften e. V., ihr sind angeschlossen die Edekazentrale, die Edekabank und die Edekagenossenschaft. Einige Zahlen mögen eine eingehendere Darstellung, die wie erwähnt in ausgezeichneter Art vorliegen, ersetzen:

Mitglieder 1931: 430 Genossenschaften, 28 000 Kaufleute mit 32 000 Geschäften an über 5 600 Orten Deutschlands, Gesamtumsatz 1931: 266 932 329,— RM.[89]).

Im Drogenhandel laufen zwei Entwicklungsrichtungen nebeneinander her, bis sie zum heutigen Gebilde, der „Dedro Zentralgenossenschaft deutscher Drogisten“ vereinigt wurden. Nachdem schon im vorigen Jahrhundert wiederholt auf Delegiertenversammlungen die Anregung laut wurde, sich zu einer

89) Edeka Festausgabe, 1932.

Einkaufsgenossenschaft zusammen zu tun, wurde erst durch die Tat Emil Webers im Ruhrbezirk (Linden a. d. Ruhr) der praktische Schritt gewagt. Sein Unternehmen konnte nach zwei Jahren 1908 als „Einkaufsgenossenschaft deutscher Drogisten" eingetragen werden. Sein Beispiel wirkte anregend, zumal er durch Reden auf den Tagungen dem Erfolg seiner Gründung den Boden bereitet hatte.

Nebenher läuft eine direkt durch die Verbandsleitung beeinflußte Entwicklung. Es heißt „1914 wurde ein Verband der Genossenschaften ins Leben gerufen, dessen Geschäftsführung beim Hansadrogenhaus in Hamburg lag"[90]). Der tiefere Sinn dieser Gründung ist das Fabrikationsprogramm des Verbandes. Man wollte der überhandnehmenden Macht, die die Industrie durch die Reklame erlangt hatte, und wodurch der Einzelhändler nur Handlanger der Markenfabrikate geworden war, durch Eigenpräparate Einhalt gebieten. Jetzt und immer wieder später bricht dies als erstes Ziel einer Zentralgenossenschaft durch. Der Fehler war, daß man die Mentalität des Einzelmitgliedes nicht gebührend berücksichtigte. Dies Versehen hat viele Fehlschläge verursacht. Nachdem der Krieg überhaupt die Funktion des Genossenschaftsverbandes in die Verteilung rationierter Güter gedrängt hatte, sah man am Kriegsende seine Aufgabe darin, Heeresgüter zu übernehmen. Als diese Tätigkeit ihr natürliches Ende erreichte, schlief auch die „Dedrowa", wie sie damals hieß, ein. Damit war aber der alte Gedanke nicht begraben. 1924 wurde die Dedrowa neu belebt, und zwar als Aktiengesellschaft; aber wiederum war das Ergebnis: nur beträchtliche finanzielle Mißerfolge bei der ablehnenden Haltung weiter Mitgliederkreise. Die endgültige Sanierung erfolgte erst dadurch, daß die bestehenden örtlichen Genossenschaften Träger der heutigen Dedro (Deutsche Drogisten) Zentralgenossenschaft sind und dadurch ihren geschäftlichen Erfolg garantieren. Wenn man sieht, wieviel Schwierigkeiten die Eigenproduktion dem Unternehmen stets gemacht kat, kann man nur wünschen, daß die Genossenschaften sich hier nur sehr vorsichtig betätigen und Lieferungsverträge mit der leistungsfähigen Privatindustrie der Selbstfabrikation mit ihrem hohen Risiko vorziehen. Die Dedro Z. G. umfaßt 1934 28 Einzelgenossenschaften.

Die Förderung des gemeinschaftlichen Einkaufs blieb von Anfang an eine Hauptaufgabe der Verbandsleitung des Schokoverbandes"[91]). In diesem Fall ist die Verflechtung des

90) Thiessen, Die deutschen Drogisten, S. 287.

Schokoverbandes mit dem Fachverband besonders eng. Der Geschäftsführer des Schokoverbandes ist gleichzeitig Leiter der „Schogrozentrale". „Die Bildung örtlicher Einkaufsgenossenschaften gehört auch weiterhin in das Aufbauprogramm des Schokoverbandes, da der gemeinschaftliche Einkauf dann die größten Erfolge aufweist, wenn den Mitgliedern die Möglichkeit regelmäßiger Zusammenkünfte und damit geschäftlichen, berufsständischen Meinungsaustausches gegeben ist" [91]).

Die Reichsgenossenschaft der Zigarrenhändler Essen „Redezi" hat 1933 ihren Sitz nach Dortmund verlegt. Sie umfaßte 1932 32 Einzelgenossenschaften mit einem Umsatz von 31,2 Millionen RM. Die enge Verbindung mit dem Reichsverband tut sich durch die Personalunion des Verbandsvorsitzenden kund, der gleichzeitig Vorsitzender des Aufsichtsrates ist. Außerhalb der „Redezi" steht nur die Berliner Genossenschaft, deren Eingliederung eine Frage der Zeit ist.

„Zu gemeinschaftlichem Bezuge von Milch und Nebenprodukten ist eine Reihe örtlicher Genossenschaften im Milchhandel gegründet worden, die teilweise mit bestem Erfolg arbeiten. Die größte Vereinigung dieser Art hat Berlin aufzuweisen, sie führt die Bezeichnung „Meiereizentrale" (Milchlieferungsgesellschaft). Diese Gesellschaft hat sämtliche Michhändler, die Milch nach Berlin einführen, in sich vereinigt; sie bringt die Milch, soweit diese aus den Molkereien stammt und vorschriftsmäßig bereitet ist, direkt an den Kleinhandel zur Verteilung; soweit es sich indes um vom Lande kommende Rohmilch handelt, läuft diese über große, der Gesellschaft gehörende Meiereien, wird in diesen molkereimäßig verarbeitet, um dann von dort aus dem Kleinhandel zugeführt zu werden. Fast 75 % aller nach Berlin gelangenden Milch nimmt ihren Weg über diese Gesellschaft bezw. deren Einrichtungen. Auch in Westdeutschland bestehen beachtliche Genossenschaften dieser Art. Sie arbeiten in engstem Einvernehmen mit den fachlichen Organisationen.

3. Aktiengesellschaften.

Die „Hageda" Handelsgesellschaft deutscher Apotheker ist eine Aktiengesellschaft, allerdings mit stark genossenschaftlichem Einschlag. Auch hier ging die Anregung zum gemeinschaftlichen Einkauf davon aus, daß „1904 unter Mitwirkung des Vereinsvorstandes die seit einem Jahr bestehende Berliner

91) Jahrbuch des Schokoverbandes 1931, S. 80.

Einkaufsvereinigung in eine Handelsgesellschaft deutscher Apotheker m. b. H. umgewandelt wurde“ [92]). Die enge Verflechtung zeigt weiterhin, daß der Vorsitzende des D. A. V. den Vorsitz im Aufsichtsrat der Hageda führte. „Die Hageda wurde 1921 unter dem Druck der Inflation aus einer G. m. b. H. in eine A.-G. umgewandelt, ohne daß sich ihr Charakter geändert hatte[93]). Die Hageda zeigt in mancher Hinsicht den Charakter einer Genossenschaft, da ihre Aktien sich vornehmlich in den Händen von Apothekern befinden.

f) Rechts- und Steuerschutz.

1. Allgemeines.

Die Unterstützung ihrer Mitglieder in Rechts- und Steuerangelegenheiten haben alle Fachverbände sich zur Aufgabe gestellt. Diese Regelung ist so allgemein, daß sie in großen Zügen gemeinsam aufgerollt werden kann.

Die Beratung geschieht in einfach gelagerten Fällen durch die Verbandssyndici und in schwierigen Fällen durch Rechtsanwälte, die durchweg in mehr oder weniger enger vertraglicher Bindung zu den Verbänden stehen.

Dem Nachteil, die räumlich weit zerstreuten Mitglieder kaum persönlich beraten zu können, begegnet man nach Möglichkeit durch Ueberweisung solcher Fälle an die Landesverbände oder Ortsgruppen, die von den regionalen Verbänden des Einzelhandels verwaltet werden, wie es z. B. der Rekofei zu tun pflegt.

Es wird zuweilen der Vorschlag gemacht, das gesamte Rechts- und Steuerschutzwesen den Fachverbänden zu nehmen und einer Zentralstelle zu überweisen, wie sie die Hauptgemeinschaft des deutschen Einzelhandels darstellt. Aber diese Frage muß man sehr vorsichtig behandeln. Neben Dingen allgemein rechtlicher Natur handelt es sich doch hauptsächlich um sehr differenzierte Probleme, die Spezialfacherfahrung voraussetzen. So greifen z. B. die Handelskammern und selbst die Gerichte bei dieser Materie stets zum Gutachten von Sachverständigen. Immerhin wäre die Vereinfachung bei der Entscheidung allgemein gültiger Rechtsfälle im Auge zu behalten[94]).

Einige Einrichtungen der Fachverbände, die über den Rahmen des üblichen hinausragen, seien kurz erwähnt:

---

92) Krischke a. a. O., S. 166.
93) Krischke a. a. O., S. 310.
94) Dies geschieht z. T. durch Urteilssammlung bei der Hauptgemeinschaft in Verbindung mit dem Industrie- und Handelstag.

2. Die Verbandseinrichtungen.

Der D. A. V. findet „eine dankenswerte Unterstützung" seiner Mitglieder durch die Arbeit der „deutschen Apotheken-Buchstelle" in Magdeburg, deren Aufsichtsrat und Apothekerbeirat seit 1928 drei Vorstandsmitglieder angehören. Die Buchstelle befaßt sich, wie der Name sagt, mit der Buchführung der ihr angeschlossenen Mitglieder und berät sie in allen Steuerangelegenheiten.

In der Spirituosenbranche ist es die Aufgabe des „Schutzverbandes", allen in der Interessensphäre liegenden Verstößen nachzugehen und sie nach Möglichkeit, eventuell auch durch eine Strafverfolgung, zu beseitigen" [95]).

Mit der Herausgabe von Verkaufsbedingungen, die für die Geschäftsgestaltung nach einheitlichen Richtlinien (Maß-, Gewichts-, Qualitätsbestimmungen) sehr von Bedeutung sind, ja oft eine reelle und genaue Kalkulation und damit eine genaue Feststellung bei Streitfällen erst ermöglichen, haben sich der Fischhändler-, Weinhändler- und Milchhändlerverband befaßt. Es handelt sich hier um die Ausfüllung von Lücken, die das Gesetz gelassen hatte.

Für ihre umfangreiche Gesetzgebung haben der Apotheker- und Drogistenverband Kommentare herausgegeben, die dem einzelnen Mitglied das Verständnis erleichtern sollen.

Schließlich ist noch bemerkenswert, daß alle Fachverbände die Führung solcher Prozesse, bei denen es um die Entscheidung grundsätzlicher Dinge geht, übernehmen und die Kosten tragen. Dadurch werden Fehlgriffe der Einzelmitglieder vermieden und der Ausgang dieser Prozesse hat oft eine sehr weittragende Bedeutung für das Leben des Gesamtbestandes (Präcedenzfälle).

g) Gesetzgebung.

1. Allgemeines.

Der Einfluß der Fachgesetzgebung auf die Fachverbände erhellt am besten aus der Tatsache, daß die Mehrzahl von ihnen aus der Abwehr gegen Gesetze oder dem Kampf für Gesetze entstanden ist. Gesetze können so einschneidende Veränderungen für einen Stand mit sich bringen, daß sein Bestand überhaupt in Frage gestellt ist. Andererseits kann von einem Gesetz ein solcher Auftrieb ausgehen, daß dies Gesetz erst die Voraussetzungen

95) Deutsche Destillateurzeitung 1933 Nr. 30.

für einen neuen Stand mit sich bringt. Die Aufgabe des Staates ist es mithin, nach sorgfältiger Erwägung und Rücksprache mit den Beteiligten die Formel zu finden, die dem Gemeinwohl am dienlichsten ist.

Die Umfrage, die zur Grundlage dieser Arbeit gestellt wurde, hat ergeben, daß alle beteiligten Fachverbände zur Mitarbeit an Gesetzen herangezogen werden. Die erdrückende Fülle des vorliegenden Materials gestattet es, an dieser Stelle nur einen Extrakt dieser Verbandsarbeit zu geben, zumal es in jedem einzelnen Fall nur die direkt beteiligten Kreise interessieren dürfte, was ihr Verband hier geleistet oder versäumt hat. Auch werden im folgenden nur einige typische „Fachgesetze" berücksichtigt, da z. B. eine ganze Reihe sozialpolitischer Gesetze alle Verbände in gleichem Maße angeht.

2. Stellungnahme der Verbände.

Im D. A. V. ist es verhältnismäßig spät zur tätigen Beteiligung an der Gesetzesarbeit gekommen. Er ist wohl der einzige Fachverband, der bei seiner Gründung keinerlei Einfluß auf die bestehende Gesetzgebung nehmen wollte. Es heißt: „Wenn wir ferner sehen, wie dieses (möglichste Vollkommenheit und Ausbildung) von seiten der Regierung allgemein anerkannt ist, wie sie allenthalben bemüht sind, durch heilsame Verordnungen und Gesetze das Amt des Apothekers zu würdigen . . . "[96]).

Aber bald richtete der Verband seine Aufmerksamkeit auch auf die Gestaltung seines Berufes von seiten des Staates. Durch Denkschriften und persönliche Stellungnahme der Vorstandsmitglieder griff man in die staatliche Regelung des Konzessionssystems ein. Später tritt als nicht weniger wichtige Tatsache der Kampf um die Regelung des Verkehrs mit Arzneimitteln außerhalb der Apotheke in die Erscheinung. Die Verwirrung hinsichtlich dieser Gesetzgebung ist so groß, daß bis heute noch keine klare Abgrenzung geschaffen werden konnte. Nur wenige Fachgenossen können sich ein einigermaßen klares Bild in dem Wust der Verordnungen und Erlasse machen, die hier die Grenzen zwischen Apotheken und vornehmlich Drogerien verwischen. Aber die Abgrenzung ist zu erreichen, wenn erstens beide Teile auf gewisse Dinge verzichten, und zweitens endlich einmal klar erkennen, daß der gemeinsame Feind ganz wo anders steht.

---

96) Krischke, a. a. O. S. 6.

Daneben beschäftigt man sich mit den Gesetzen über die Ausbildung, Geheimmittel, Giftverkehr, Branntweinmonopol, Dispensierrechte in der Homöopathie, der Tierärzte und ähnlichen Dingen.

Als am 30. März 1872 von Dresden aus die ersten Schritte zur Bindung der Drogisten in einen Verein gemacht wurden, war es der Widerstand gegen das Reichsgesetz vom 25. März 1872[98]), das dazu den Anlaß bot. Dies Gesetz befaßte sich mit der eben erwähnten Regelung des Verkehrs mit Arzneimitteln außerhalb der Apotheken. Man glaubte, „daß eine Reihe von Gewerbetreibenden ganz empfindlich beeinträchtigt würde, ja sogar ihr jetziger Gewerbebetrieb zum Teil aufgehoben wird, namentlich aber Schließung sämtlicher deutschen Detaildrogenhandlungen zur Folge haben kann" [97]). Der organisierte Lebenskampf eines Berufsstandes war damit begonnen. Man darf wohl behaupten, daß der junge Verband Erfolge erzielen konnte, und seit der Zeit gehört die K. V. Frage (Kaiserliche Verordnung vom 22. Oktober 1901 betr. den Verkehr mit Arzneimitteln), die einen vorläufigen Abschluß bildete, zu den lebenswichtigen Problemen der Drogisten. Des weiteren hat der Verband eingegriffen in die Gestaltung der Reichsgewerbeordnung, Verordnung über den Verkehr mit künstlichen Mineralwässern, Handelsbeschränkungen, Giftverkehr, Branntweinmonopolgesetzen u. dgl. m.

Im Rekofei findet sich, wie es der Größe des Verbandes entspricht, eine lebhafte Beschäftigung mit Fragen der Gesetzgebung. Bemerkenswert ist das frühzeitige Eintreten für die öffentlichrechtliche Anerkennung der Fachverbände. Zwar setzte man sich damals (um das Jahr 1925) in starken Gegensatz zu den übrigen Fachverbänden, aber die letzte Entwicklung zeigt die Richtigkeit des damaligen Standpunktes.

Einen breiten Raum nehmen die Lebensmittelgesetze ein, deren Wichtigkeit für die Sicherstellung einer geordneten Ernährung auf der Hand liegt. Gesetze über Gaststättenwesen, Flaschenbier- und Weinhandel, Gewerbeordnung und Berufsausbildung sind im weiteren Gegenstand eingehender Bearbeitung.

Der Feinkostverband hat schon in den Gründungsjahren die Bearbeitung sozialpolitischer Fragen, die damals in der Zeit des „sozialen Kaisertums" große Beachtung fanden, in sein Programm eingestellt. Das Gesetz „gegen den unlauteren Wettbewerb" und seine Novelle von 1908, Lebensmittelgesetze, Zollvor-

97) Thiessen, a. a. O. S. 5.
98) vgl. S. 37

lagen und Handelsverträge werden in der Nachkriegszeit neben anderen Fachgesetzen stärker berücksichtigt, während man durch gesunde Zweiteilung den Spitzenorganisationen die Bearbeitung von Gesetzen überläßt, die für den Gesamteinzelhandel wichtig sind.

Der Schokoverband hat seine Tätigkeit neben betontem Eintreten für Schutz des Einzelhandels auf die Nahrungsmittelgesetzgebung eingestellt, während der Seifenhändlerverband sich auf das erstere beschränkt.

Einen breiten Raum nimmt im Wildhändlerverband der Kampf um die Gestaltung der Wildgesetze ein. Schon anläßlich der Gründungstagung stellt die Beratung über die „Schongesetze" einen ausführlichen Verhandlungspunkt dar, und es gilt hier Gegensätze zu überbrücken, um dem Staat gegenüber geeint dazustehen. Als Ziel der Verbandsarbeit wird hingestellt: „daß der deutsche Kaufmannsstand der Wild- und Geflügelbranche in Gesetzgebung und Ausführung in jeder Beziehung gleichberechtigter Faktor im deutschen Gewerbs- und Wirtschaftsleben wird"[99]). Zoll- und Handelsverträge runden den Wirkungsbereich des Reichsverbandes ab.

Lebensmittelgesetze, Reichsversicherungsordnung, Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs, Zugabeverbotsgesetze finden im Butterhändlerverband starke Beachtung.

Beim Weinhändlerverband ist die Zusammenfassung der Einzelmitglieder zur Mitarbeit an Nahrungsmittelgesetzen und Handelsverträgen ebenfalls Grund zur Verbandsgründung geworden. „Nicht zum mindesten ist die Gründung der genannten Vereinigung mit der Schaffung des Gesetzes in unmittelbaren Zusammenhang zu bringen. Die Bearbeitung solcher Fragen der Gesetzgebung ist das wesentliche Betätigungsfeld der Weinhandelsorganisationen geblieben[100])."

Nahrungsmittelgesetze und Monopolbestrebungen, die ja inzwischen verwirklicht wurden, sind es, die im Spirituosenhandel und -gewerbe eine straffe Organisation den Behörden gegenüber als Verhandlungspartner verlangten. Sehr kritisch wurde die Stellung des Verbandes und seiner Mitglieder, als durch das Gemeindebestimmungsrecht die Einführung der Abstinenz in drohende Gefahr trat; die erfolgreiche Abwehr gehört zu den größten Leistungen des Verbandes. Schankstättengesetze

99) Deutscher Wild- und Geflügelhändler 1932 Nr. 18, S. 9.
100) Brunkow, Zur Krise des deutschen Weinhandels, S. 114.

und Zollvorlagen boten häufig Anlaß, die Stellungnahme des Verbandes nach außen kundzutun.

Besteuerungs- und Monopolprobleme machen, wie kaum sonst, die Verbandsarbeit im Zigarrenhandel aus. Der Staat richtete besonders seit dem 1. Januar 1930 bzw. 31, ohne viel Rücksichtnahme auf Nebendinge, sein Hauptaugenmerk auf das Steuereinkommen aus den Tabakwaren. Die Forderung des Verbandes aber geht auf „gänzliche Aufhebung" oder wenigstens starke Milderung.

Einen Erfolg aus neuester Zeit errangen die Bemühungen des Verbandes mit dem Erlaß des „Gesetzes gegen Unterpreisverkauf von Tabakwaren vom 12. September 1933".

Den Fischhändlerverband bewegen ähnlich wie den Obst- und Gemüsehändlerverband und den Milchhändlerverband die Ausgestaltung der Nahrungsmittelgesetzgebung.

Der letztere hat einen Teil seiner Arbeit auf das Milchgesetz abgestellt. Mit nachhaltiger Tatkraft wurden seit 1902 „Grundsätze btr. einheitliche, gesetzliche Regelung des Verkehrs mit „Milch" ausgearbeitet, und diese als Entwurf gleichzeitig mit der Bitte um den Erlaß eines Reichsmilchgesetzes dem Reichstage unterbreitet [101])."

h) Angestelltenwesen.

1. Allgemeines.

Beim Angestelltenwesen macht sich der Wandel der Zeit besonders bemerkbar. Von dem Familienzugehörigen, der beim „Prinzipal in Kost und Logis" war, bis zum heutigen Betriebszugehörigen, der häufig seinen Brotgeber nur von Bildern kennt oder ihn erstmalig bei der Vorstellung und zum zweitenmal bei der Verabschiedung zu Gesicht bekommt, ist die Entwicklung bislang geschritten. Es muß das Ziel sein und bleiben, daß Chef und Angestellter, mindestens während der Lehrzeit, in der jeder junge Mensch noch mehr oder weniger unfertig ist, ein persönliches Band verknüpft, um die menschliche und fachliche Ausbildung sicherzustellen. Gestattet die Betriebsgröße dies nicht, so ist dem Inhaber die Befugnis der Lehrlingshaltung abzusprechen.

Ueberbleibsel aus vergangenen Tagen finden sich noch häufig auf dem Lande und an kleineren Orten, vornehmlich in Apotheken, Drogerien und Kolonialwarengeschäften.

---

101) DeutscheMilchhändler Zeitung 1924, Nr. 23.

Es ist bei diesem Kapitel zu berücksichtigen, daß es teils um Angelegenheiten geht, die die Fachverbände nur indirekt berühren, da es sich um Fragen der Arbeitnehmerseite handelt, aber die Verflechtung beider Parteien ist eng, wie ja auch der Sprung vom Arbeitnehmer zum Arbeitgeber im Einzelhandel mühelos ist und schnell und häufig getan wird. Die Verflechtung beider ist deshalb besonders stark und läßt sich nicht mit der Stellung eines Angestellten und Unternehmers in der Industrie vergleichen.

Häufig finden wir Beispiele von Bemühungen, Streitigkeiten zwischen Chef und Personal aus dem Wege zu räumen. Später konnte man diesen Streitigkeiten bei den Kaufmannsgerichten ganz allgemein zu Leibe rücken.

Im übrigen hat die Bedeutung der Organisation der Angestellten in Vereinen und als Partner bei Arbeitsnachweisen und Tarifverträgen in fachlicher Richtung wenig Bedeutung erlangt. Hier treten einmal die überfachlichen, früher politischen, Angestelltenverbände und auf der Arbeitgeberseite die Einzelhandelsspitzenverbände in Erscheinung.

2. Angestelltenvereine.

Wenn es trotzdem zu Zusammenschlüssen in Angestelltenfachverbänden kam, so liegt die Bedeutung darin, daß man sich mit der Loslösung vom „Prinzipal" und der damit verbundenen Entwurzelung der Standesjugend nicht zufrieden gab, sondern Ersatz in Zusammenschlüssen Gleichgestellter und -gesinnter suchte. In solchen Angestelltenverbänden ist viel Gutes geleistet worden, hinsichtlich der Fortbildung auf der einen Seite und der Selbstbehauptung auf der anderen Seite. Es darf aber nicht wundernehmen, wenn, wie gesagt, deren Zahl nur gering ist.

Eine machtvolle Organisation war der „Verein deutscher Apotheker (V.D.A.)", der aus dem Anfang 1900 gebildeten „Verband konditionierender Apotheker" hervorging. Er bezweckte die Hebung der wirtschaftlichen und sozialen Lage der Angestellten. Nach dem Weltkriege wurde er eine machtvolle Organisation, weniger durch seine große Mitgliederzahl und seine Leistungen, sondern durch seinen Anschluß an den Gewerkschaftsbund der Angestellten (G.D.A.). Durch die Eingliederung der Angestellten in die deutsche Arbeitsfront und die Uebernahme der examinierten Angestellten in die St.D.A. ist der V.D.A. überzählig und 199 aufgelöst worden.

Für die Angestelltenschaft der D r o g i s t e n ist der Verband junger Drogisten (V.j.D.D.) die Fachorganisation, die sich nach

Verlust der gewerkschaftlichen Eigenschaft wieder ganz der Bildungs- und Erziehungsarbeit seiner Mitglieder widmet. Durch Vorträge und Exkursionen hat er im besten Einvernehmen mit dem D.D.V. und seinen Unterorganisationen eine durchaus ersprießliche Arbeit am Stand geliefert. 1933 wurde er durch Uebernahme in den D.H.V. Teil der Deutschen Arbeitsfront.

Die Spar- und Arbeitsgemeinschaft, über die an anderer Stelle eingehend gesprochen wurde, ist ein Sammelbecken für Angestellte der Kolonialwarenbranche. Zwar unterscheidet sie sich grundsätzlich von den beiden vorgenannten Vereinen, aber der Charakter eines Angestelltenvereins und die gleiche Betätigung wie diese auf dem Gebiet der fachpolitischen Erziehung ist ihr nicht abzusprechen.

3. Arbeitsnachweise.

Die Frage der Arbeitsnachweise ist bedeutungslos geworden, einmal durch den Ausbau der Arbeitsämter, zum zweiten durch das reichliche Angebot an Arbeitskräften infolge der Arbeitslosigkeit. Die bei den Verbände bestehenden Nachweisstellen sind eingegangen. Neben geringer Stellenvermittlung in den Fachzeitungen bei fast allen Verbänden wird der größte Teil aller Vertragsabschlüsse im Apotheker- und Drogistengewerbe durch die Fachpresse vollzogen.

4. Tarifverträge.

Tarifverträge können nur zwischen zwei rechtlich gleichen Teilen abgeschlossen werden, das sind einmal Fachverbände und auf der anderen Seite Gewerkschaften. So bestanden solche Verträge nur zwischen dem D.A.V. und dem V.D.A. und zwischen dem D.D.V. und dem V.j.D.D. bis 1926, als der V.j.D.D. seine Eigenschaft als Gewerkschaft abstreifte.

Bei einigen Fachverbänden bestehen örtliche Sonderregelungen, die sich zumindest sehr eng an die üblichen Sätze des Einzelhandels anschließen.

5. Zuschußkassen.

Eine Sonderegelung für die Angestelltenschaft hat der D. A. V. durch die Beteiligung an der „Zuschußkasse der Tarifgemeinschaft deutscher Apotheker" (Zutada) geschaffen, „zu dem hauptsächlichen Zweck, die erhöhten Ausgaben der älteren pharmazeutischen Angestellten auszugleichen[102])." Die Mittel werden zu gleichen Teilen vom Arbeitgeber und -nehmer getragen.

102) Krischke, a. a. O. S. 285.

Die Nutznießung tritt als Heirats-, Kinder-, Dienstalters-, und Stellungsalterszulage ein. Der Erfolg dieser an sich segensreichen Einrichtung dürfte im Augenblick noch nicht zu übersehen sein und hat daher vielfache Kritik gefunden.

6. Frauenfrage.

Die besonders durch die Notlage des Krieges entstandene Betätigung der Frauen im Einzelhandel ist es wert, ihr Beachtung zu schenken. Wenn schon das Handelsgewerbe ein bedeutendes Betätigungsfeld der weiblichen Erwerbstätigkeit ist, so ist wieder der Anteil des Einzelhandels wesentlich höher als z. B. der des Großhandels. Dazu kommt, daß in der hier behandelten Gruppe „Lebens- und Genußmittel" der Anteil der beschäftigten Frauen besonders hoch ist.

Großhandel	648 700	76,1 %;	203 800	23,9 %
Einzelhandel	742 500	48,8 %;	778 600	51,2 %
Lebensmittelhandel	297 900	46,1 %:	348 800	53,9 % [103])

Unter den einzelnen Fachgruppen machen sich dabei noch statistisch sehr wesentliche Unterschiede bemerkbar. Besonders erwähnenswert ist, daß die Angestelltenschaft im Butterhandel sich zu ganz überwiegendem Anteil aus Frauen zusammensetzt. Der Fall trifft vornehmlich für Berlin ein, wo sich die Regel gebildet hat, Frauen mit 18 Jahren einzustellen und nach einjähriger Lehrzeit zu entlassen, soweit sie nicht als Geschäftsführerinnen im Beruf bleiben. Das Bedenkliche der Beschäftigung von Frauen tritt hierbei ganz besonders scharf zu Tage.

i) Soziale Einrichtungen.

1. Allgemeines.

Das Kapitel „soziale Einrichtungen" zeugt von dem Gemeinschaftssinn des Einzelhändlers und seine Leistungen sind nicht unerheblich. Doppelt erfreulich, weil außer der Wein- und Spirituosenbranche sich alle Fachverbände hier betätigt haben. Es gehört zu den vornehmsten Aufgaben einer Organisation, ihre Glieder vor Not, wenn auch oft nur in bescheidenem Maße, zu schützen. Dabei hat es sich erwiesen, daß eine solche Notgemeinschaft ein sehr festes Band um die Mitglieder schlingt, denn hier sehen alle Taten, die meist dem Einzelnen selbst einmal von Nutzen sind.

Die Substanz, die meist durch die Inflation vernichtet war, hat man häufig wieder neu geschaffen. Es kommen hier alle die

103) Deutsche Wirtschaftskunde 1930, S. 190.

Fälle zur Darstellung, bei denen es sich um Unterstützung der in Notlage sich befindenden Fachgenossen handelt, ohne wirtschaftliche Betätigung seitens des Verbandes.

2. Stiftungen.

Es ist nicht verwunderlich, wenn der Apotheker kraft seiner und seiner Gönner finanziellen Lage und der Auffassung von der Sendung seines Berufes zu großen Leistungen auf dem Gebiet der Stiftungen kommt. Auch hinsichtlich des Zeitpunktes hat man nicht gezögert, schnell ans Werk zu gehen. 1822 beschäftigte man sich schon mit der „Unterstützung wirklicher Vereinsmitglieder und mit Stipendien für ausgezeichnete talentvolle junge Pharmazeuten." Einige Jahre später tritt uns die Buchholz-Gehlen-Trommsdorfsche Stiftung zur Unterstützung würdiger ausgedienter Apothekergehilfen entgegen. Dann sind die Brandes-Wackenroder- und Meurerstiftung zu erwähnen, die wissenschaftlich-sozialen Zwecken dienten. Es führt zu weit, alle Einzelstiftungen anzuführen, die bewirkt haben, die Not der bedürftigen Fachgenossen oder deren Angehörigen zu lindern.

Um den Kreis der nach dem Kriege besonders großen Anzahl der Bedürftigen zu mindern, sprang der D.A.V. mit seinen Mitteln ein. So können seit einiger Zeit alljährlich 50 000 RM. für solche Zwecke bereitgestellt werden. Die Inflation verringerte natürlich das Vermögen auf einen Teil des gewesenen, weshalb sich der D.A.V. entschloß, 1930 die meisten Stiftungen nach Verwendungsgebieten geteilt in drei Gruppen zu erfassen. 1. Unterstützungsstiftung des D.A.V. 2. Stipendienstiftung des D.A.V. 3. Preisstiftung des D.A.V. In ihnen sind 22 Einzelstiftungen mit einem Vermögen von rd. 20 000 RM. (1932) vereinigt.

Weit größere Bedeutung haben heute die Nachinflationsstiftungen, wie die „Salzmann Stiftung zur Förderung der Erholung und Ausspannung wirtschaftlich schwacher Apotheker und ihrer Angehörigen". Das Vermögen betrug 1931 210 000 RM. Daneben arbeiten noch die „Dr. Friedrich Lübbe-Stiftung" mit 750 000 RM. und die „John-Stiftung" mit 8 700 RM. und die „Buchholz-Gehlen-Trommsdorf-Stiftung" mit 30 000 RM. Vermögen.

Ein sehr reges Stiftungswesen findet sich auch im D.D.V. Im Jahre 1883 wurde der Stiftungskasse vom Verbandsvorsitzenden 500 RM. überwiesen, die durch Einzahlungen des Verbandes auf 2000 RM. ergänzt werden sollten. „Bis dahin ist dem Vorstand nur die Verwendung der Zinsen für Unterstützung von Drogisten

oder deren Angestellten oder für Belohnung der letzteren wegen langjähriger treuer Dienstzeit gestattet.[104])"

Daneben erfreute sich besonders die Akademie in Braunschweig größerer Stiftungen. Zum dritten wurde am 40. Geburtstage des Verbandes eine „Stadtrat Otto Meißner-Stiftung" errichtet. Die Erträge kommen unverschuldet bedürftigen Kollegen zu gute. Zwei weitere Stiftungen sorgten für den Ausbau der Fachschulen.

Nachdem 1924 das gesamte Vermögen zusammengeschmolzen war, wurden sämtliche 10 Stiftungen zusammengefaßt und mit einem vorläufigen Kapital von 10 000 RM. ausgestattet. Die Erträgnisse sollen verwendet werden 1. zur Unterstützung bedürftiger junger Drogisten, die die Drogistenakademie in Braunschweig besuchen oder besuchen wollen. 2. zur Unterstützung würdiger in Not geratener Fachgenossen, insbesondere derzeitiger oder ehemaliger Verbandsmitglieder[105]).

Im Jahre 1916 errichtete der Feinkostverband die „Junker-Stiftung", „die der Unterstützung schuldlos in Not geratener Kollegen dient." Es ist eine tüchtige Leistung für den Verband, trotz seiner geringen Mitgliederzahl bald ein Vermögen von 15 000 RM. gesammelt zu haben. Nach einigen Jahren trat der Junker-Stiftung die „Karl Weigt-Stiftung" zur Seite, mit dem Zweck: der Förderung des Lehrlingswesens, der Fachbildung und des Unterrichtes des Nachwuchses.

Die Stiftungskasse für Witwen und Waisen Berliner Butterkaufleute fiel nach dem Kriege der Inflation zum Opfer.

3. Sterbe- und Unterstützungskassen.

Nach § 3 der Grundsätze des Jahres 1821 „sehen wir die gegenseitige Unterstützung in unverschuldeten Unglücksfällen als den dritten Zweck unseres Vereins an" (D.A.V.). Nach verschiedenen Unternehmungen auf diesem Gebiet wurde 1826 eine eigene Unterstützungsanstalt geschaffen. Daraus und aus dem „Verein zur Unterstützung der Apothekergehilfen" bildeten sich allmählich zwei Kassen, die „Allgemeine Unterstützungskasse" und „die Gehilfenunterstützungskasse". Dies alles zeigt die sehr rege Betätigung des D.A.V., sein Teil zur Linderung der Not beizutragen. 1894 betrug das Vermögen der Gehilfenunterstützungskasse 133 000 M. und das der allgemeinen Unterstützungskasse insgesamt 55 000 M. 1914 wurden 35 000 M. an Unterstützungen

104) Thiessen, a. a. O. S. 275.
105) Thiessen, a. a. O. S. 276.

vergeben. Beide Kassen wurden 1930 zu einer einheitlichen Unterstützungskasse verschmolzen mit einem Vermögen von 20 000 RM. Zur Gewährung eines Sterbegeldes gab es in einzelnen Bezirken Begräbniskassen, die 1926 für alle Mitglieder in eine obligatorische Sterbegeldversicherung durch Erhöhung der Beiträge umgewandelt wurden.

Nicht ganz so erfolgreich war man im D.D.V. mit der Errichtung einer „Hilfskasse", deren großartige Planung in die Wege geleitet war, als sie personellen Schwierigkeiten zum Opfer fiel. „Sterbeunterstützungskassen" bestehen bei den Bezirksvereinen der Berliner Drogisteninnung und den Genossenschaften.

Die Feinkosthändler nennen eine „Begräbnishilfe" des Verbandes ihr eigen, die am 1. Januar 1927 gegründet und mit 14 000 RM. ausgestattet wurde. „Die Begräbnishilfe steht ohne jede Gegenleistung, ohne alle Umlagen den Hinterbliebenen jedes verstorbenen Mitgliedes zu [106])." Eine seltene und sehr bemerkenswerte Tatsache, die dankbar von den Mitgliedern anerkannt wurde.

Im Kolonialwarenhandel sorgt „die Lebens- und Pensionsversicherung" für die Mitglieder des Rekofei und der Edeka dafür, bei Lebzeiten einen Schutz für Fälle der Not zu sichern, die „Sterbeunterstützungskasse", der die Landesverbände angeschlossen sind, dafür, die erste Not bei Todesfällen zu lindern. Die Kosten werden durch Beiträge gedeckt. Wie erwähnt, handelt es sich hier um eine Zentralorganisation, der die Territorialverbände mit ihren mannigfaltigen Einrichtungen beigetreten sind.

Die „Wohlfahrtskasse" des Schokoverbandes läßt unverschuldet in persönliche Not geratenen Mitgliedern eine Unterstützung zukommen. Die „Sterbeunterstützungskasse" arbeitet ohne besondere Beiträge und Umlagen und verdient sich dadurch den Dank vieler Mitglieder. Ihre Auszahlungen 1930/31 erreichten rund 4 000 RM. Insgesamt wurden 1926—1931 22 000 RM. ausgezahlt.

Die Sozialversicherung des Wildhändlerverbandes ging durch die Inflationsentwertung verloren und wurde nicht wieder aufgebaut.

Der Tabakhändlerverband hat aus seinen früheren Einzelverbänden eine „Sterbegeldunterstützung" übernommen und zur Zufriedenheit der Mitglieder weitergeführt.

---

106) Festzeitschrift 1927 „Die deutsche Feinkost".

Im Fischhändlerverband bestehen Begräbniskassen bei den Ortsvereinen, im Obsthändlerverband eine „freiwillige Sterbehilfe", die sich als außerordentlich segensreiche Einrichtung bewährt hat, und bei einem Umlagebetrag pro Mitglied und Sterbefall von 12,5 Pfennigen im Jahre 1929 bei 80 Sterbefällen 24 000 RM. ausgezahlt hat. Daneben besteht eine Versicherung durch die Mitgliedsbeiträge.

Die bisher beim Zentralverband der Seifenhändler bestehende „Begräbnishilfe" wurde vom Reichsverband umgearbeitet, so daß alle Mitglieder ohne Karenzzeit übernommen werden konnten. Die Begräbnishilfe ist eine freiwillige Kasse und erhebt von jedem Mitglied bei einem Todesfall 15 Pfennig.

Der Milchhändlerverband stellt seinen Mitgliedern zwei Einrichtungen zur Verfügung 1. die „Hinterbliebenenbeihilfe", die zur Linderung der ersten Not eine Unterstützung gibt und 2. die „Altersversorgungskasse", eine Art Pensionskasse.

4. Versicherungsverträge.

Als letzte Gruppe sind die zwecks Erlangung eines wirtschaftlichen Vorteiles mit einer Privatgesellschaft abgeschlossenen Verträge zu nennen. So schloß der D.A.V. 1848 einen Vertrag mit der Aachen-Münchener Feuerversicherungsgesellschaft, der noch heute in Wirksamkeit ist. 1914 wurden entsprechende Verträge für Kranken-, Lebens-, Haftpflicht-, Einzelunfall-, Einbruchsdiebstahl- und Beraubungsversicherung abgeschlossen. Später trat dazu eine Glas- und Wasserleitungsschädenversicherung.

Auch der Seifenhändlerverband hat eine Glasversicherung auf Gegenseitigkeit, die für die Ecedes-Genossenschaft und den Schutzverband bestand, für seine Mitglieder ermöglicht. Daneben können für Haftpflicht-, Unfall-, Feuer- und Einbruchsversicherungen Vergünstigungssätze gewährt werden.

Im Kolonialwarenhandel schließen die Landesverbände Verträge mit Versicherungen ab wie z. B. der Hamburger Verband mit einer Spiegelscheibenversicherung.

(Diese Art Versicherungen sind seit 1933 durch das Verbot der Kollektivversicherungen unmöglich gemacht.

k) Kriegswirtschaft.

Der Krieg brachte dem Einzelhandel große Veränderungen. Der normale, gleichmäßige Ablauf der deutschen Volkswirtschaft war gestört. Bis ins Innerste jedes, auch des kleinsten Betriebes, hatte die Not der Zeit ihr Zeichen gegraben. Es galt zu handeln, um die Versorgung von Heer und Heimat sicherzustellen. Ueber

die Wege zum Erfolg konnte man getrennter Meinung sein, man war es leider auch in der Ausführung. Ohne über den Wert des einen oder anderen anzuwendenden Verteilungsplans entscheiden zu wollen, kann gesagt werden: es mußte jede Maßnahme jetzt doppelt zielsicher und einheitlich getan werden. Hier liegt die geschichtliche Schuld der Verantwortlichen. Vielleicht wäre es besser gewesen, dem Drängen der Heeresleitung nachzugehen, um kraftvoll und zentral die Versorgung zu regeln. Das Gegenteil war, den Tauschverkehr möglichst aller Bindungen zu entledigen, um so möglichst große Gütermengen auf den reellen Markt zu locken. Immer aber rächte sich die mehr oder weniger große Außerachtlassung der bestehenden Organisationen. Es ist allerdings einmal die Schuld der Einzelhändler selbst, sich nicht in allen Fällen ausreichend straff organisiert zu haben, um dem Staat sagen zu können: benütze unsere Organisation, wir sind in der Lage, das deutsche Volk ausreichend zu versorgen.

Zum anderen hätte der Staat von sich aus die Ansätze in Gestalt der Fachverbände zu einem machtvollen System in der Verteilungssphäre kraft seiner Gewalt ausbauen können. Es gibt Beispiele genug dafür, die klar zeigen: das war der rechte Weg. Zentrale Leitung und Ausbau des bestehenden Verteilungsapparates.

Hier stößt man auf die interessante Auswirkung staatlicher Eingriffe, die bei einigen Verbänden tatsächlich vorgenommen wurden und damit einen Auftrieb in dem geschlossenen Aufbau der Organisation erzielten, wie es der zweite Abschnitt zeigt.

Allgemein muß man sagen, daß der Einzelhandel häufig mit Unrecht als der allein oder besonders Schuldige seitens der Oeffentlichkeit hingestellt wurde, der durch Gesetze (Kriegswuchergesetzgebung) zu kontrollieren sei. „Aller Mißmut der Behörden und gesetzgebenden Faktoren wurde an ihm ausgelassen, alle Besserungsversuche setzten bei ihm ein, statt bei dem in der Produktionskette hinter ihm stehenden ungleich mächtigeren Kreisen [107])."

Außerdem überging man den Einzelhandel bei den maßgebenden Behörden. „Es ist nicht einmal gelungen, dem selbständigen Kleinhandel eine Vertretung im Vorstande des Kriegsernährungsamtes zu verschaffen trotz größter Bemühungen seiner Berufsverbände [108])."

---

107) Karrenbrock, Der deutsche Einzelhändler, Jahrg. 1, Heft 4.
108) H. Lübbering, Der Kleinhandel nach dem Frieden, S. 17.

aa) Mitarbeit der Fachverbände in der Zwangswirtschaft.

Der Hamburger Ortsverein im Rekofei kann von „Ruhmesblättern in der Vereinsgeschichte" berichten, wenn er mit Hilfe seiner Mitglieder Maßnahmen ergriff von Anfang des Krieges an bis zu seinem Ende, um Verbrauch und Preise der notwendigen Lebensmittel zu regeln. Auch hier galt es, erst in scharfer Debatte durch Zahlen, Geschäfte und Umsätze zu beweisen, daß die Annahme richtig sei, daß nicht die Produktion dafür in Frage komme, sondern der legitime Kleinhandel. Die so erfolgte Einschaltung in die Lebensmittelzwangsverteilung wurde mit der Durchführung der gesamten Mehlverteilung in vorbildlicher Weise erledigt.

So läßt sich die Reihe fortsetzen. Es ist durchweg die Ansicht bei den Fachverbänden vertreten: eine Zentralleitung der Regierungsstellen ist nötig, ja sie ist von großem Nutzen, wenn sie selbständig arbeitet. Es ist aber ein Unding, wie es in der Tagespresse geschah, daß man eine Flut von Verdächtigungen über den Handel ausgoß. „Man vergaß dessen Wirken für die Versorgung der Bevölkerung, die ohne den Handel in kurzer Zeit völlig ins Stocken geraten wäre, daß die Kommunalverwaltungen und sonstigen behördlichen Einrichtungen zur Ausschaltung des Handels gar bald versagten und sich wieder der Hilfe des Handels bedienen mußten [109])."

Beim Wildhandel zeigte sich, wie sehr der Handel berufen war, durch seine Mitarbeit die Versorgung sicherzustellen. Bei Kriegsbeginn forderte man schon Aufhebung der Einfuhrzölle, die jedoch erst, als das Ausland sich durch Ausfuhrverbote gesichert hatte, aufgehoben wurden. Verbilligte Beförderung, Einfuhr von Renntierfleisch, Abwehr von Preissteigerungen der Jäger, Kampf gegen die Rücksichtslosigkeit des flachen Landes, von wo kein Wild mehr in die Städte geschickt wurde, Verbot der Auktionen u. a. m. sind Anlässe für den Fachverband gewesen, tatkräftig aufzutreten. Die inzwischen gegründete „Reichsgesellschaft zur Wildversorgung der Städte", deren Mitglied der Verband war, mußte vorbereitet werden. Der Verbandsgeschäftsführer wurde Leiter der „Königlich-Preußischen Hauptwildstelle" und konnte so maßgebenden Einfluß auf die Wildversorgung gewinnen.

Auch der Milchhandel hat seine Mitarbeit zur Verfügung gestellt. „Die Milch, deren Anlieferung in die Städte auf 1/5

109) Deutscher Wild- und Geflügelhändler, Festschrift. 1932.

während des Krieges gesunken war, wurde auf Antrag der Milch händlerorganisation rationiert“ [110]). Scharf trat man aber gegen Verstaatlichung der Milchversorgung auf. Wie weit man damit gekommen wäre, und wie unklug die Behörden überhaupt handelten, zeigt das Berliner Beispiel, wo man bei einem solchen Versuch nachträgliche Hilfe der Händler erbitten mußte, um wieder Ordnung in die Verteilung zu bringen. Es ist bekannt, daß gerade hier die ergriffenen Zwangsmaßnahmen der Städte in die Wirtschaft sehr bedenkliche Folgen nach sich zogen. In seiner Denkschrift „Auf welche Weise ist eine bessere Milchversorgung der Städte herbeizuführen?“, wies der 2. Vorsitzende neue Wege zur Gestaltung der Milchverteilung.

Den Wert einer Organisation erkennt man besonders in Kreisen des Schokoverbandes, dessen Mitgliederzahl im Kriege stark zunimmt, da man sich gerade hier durch starke Einschränkung der Fabrikation in einer sehr bedrängten Lage sah. Zudem verordnete die „Kriegskakaogesellschaft“ eine Verkaufseinschränkung größten Stiles. Der Verband half sich, so gut es ging, durch eine zentrale Einkaufsorganisation; er gründete die „Reichseinkaufsgenossenschaft.“ Dem Einzelhandel, der gerade in dieser Branche kaum kapitalkräftige Firmen zu sich rechnet, war es nicht möglich, Auslandswaren hereinzuholen, wie es kapitalkräftigere Kreise taten. In vielen Verhandlungen mit Reichsstellen gelang es aber, für die Mitglieder Erleichterungen zu erzielen.

Eine ganz ähnliche Stellung nimmt der Feinkosthandel ein, der wegen seiner strukturellen Eigenart und Betonung von Luxus- und Auslandsartikeln schwer zu leiden hatte. Er gründete ebenfalls im Kriege eine Einkaufszentrale, die „Bedefka“.

Stark herangezogen wurde der Spirituosenin teressentenverband seitens der öffentlichen Verwaltungen. Neben der mehr freiwilligen Sammlung von Arrak und Rum zur Verfügung unseres Kronprinzen beschäftigt man sich mit der „Reichsbranntweinstelle“ und der dadurch bedingten Sachlage. Später übernimmt der Verband die Kontingentierung für Branntwein aus Obst, Wein usw., Rum und Arrak. In den ersten Nachkriegsjahren kommt die Verteilung eines Einfuhrkontingentes von 500 000 l Rum
inzwischen geschaffene Monopolverwaltung technisch dazu nicht

110) Deutsche Milchhändlerzeitung 1924 Nr. 23.

in der Lage war, „eine offizielle Anerkennung der Bedeutung des Verbandes [111])."

Für den Weinhandel ist erwähnenswert die „Weinhandelsgesellschaft" und die Rolle, die der Verein bei der Zuckerverteilung gespielt hat.

bb) Außergewöhnliche Wirkungen des staatlichen Eingreifens.

Außergewöhnliche Wirkungen zeitigte das Eingreifen der Behörden im Fischhandel. „Nur in der Zeit während des Krieges ging es durch die Zwangsbewirtschaftung in der Fischwirtschaft, der Fischerei, der Fischindustrie und dem Fischhandel gut. Aber nicht deshalb, weil eine Knappheit aller Lebensmittel herrschte, sondern allein durch die von dem Reichsfischkommissar vorgenommene Absatzregelung" [112]). Hierbei ist zu erwähnen, daß man für die Nachkriegszeit nicht eine Zwangsbewirtschaftung im Sinne der Kriegsmaßnahmen wünscht, sondern in Form einer Reichsfischkammer eine Selbsthilfeorganisation zur planvollen Verteilung der auf dem Markt erscheinenden Gütermengen. Immerhin zeigt dieses Beispiel, daß trotz mancher Uebelstände (staatliche und kommunale Fischhallen) der Handel unter diesen Verhältnissen durchaus zufriedenstellend arbeiten konnte.

Auch im Tabakhandel ist es im höchsten Maße lehrreich, wie der Krieg gewirkt hat. In Minden wurde die „Zentrale für Kriegslieferungen" gegründet, die den Heeresbedarf auf die gesamte Tabakindustrie und den Handel verteilte, und segensreich gearbeitet hat. Sie hat allmählich die Führung des Gewerbes übernommen und über ihr eigentliches Arbeitsfeld hinaus Interesse an Arbeitsverhältnissen, Rohstoffbeschaffung u. dergl. geäußert. Auf einer Tagung 1919 in Oeynhausen sollte das gesamte Tabakgewerbe geeint werden, indem man die damalige „Arbeitsgemeinschaft des deutschen Einzelhandels mit Tabakwaren" in irgendeiner Form bestehen ließ. Aber die Zeit war damals dazu noch nicht reif.

Wie wenig diese Kriegsmaßnahmen in ihrer gegebenen Berechtigung mit sozialistischen Wirtschaftsprogrammen etwas zu tun hatten, erkennt man daraus, daß diese Arbeitsgemeinschaft u. a. ihre Aufgabe darin sah, gegen die planwirtschaftlichen Maßnahmen der Richtung Wissel-Moellendorff scharf Stellung zu nehmen.

---

111) Deutsche Destillateurzeitung 1926, Nr. 62/63.
112) Paul Winckler. Die Reichsfischkammer S. 3.

Manche Seite wäre noch zu füllen mit Berichten über die Arbeit der Verbände und ihrer Exponenten, wie sie oft in hartem Kampf die Sicherstellung ihrer Mitglieder mit Waren erzwingen mußte. Das erklärt am deutlichsten die Berechtigung einer Fachorganisation in Zeiten der Not.

I) Kampf gegen fremde Wirtschaftsorganisationen.

1. Allgemeines.

Die Theorie nennt Einzelhändler alle diejenigen, „die sich mit der Verteilung der Güter an den Konsumenten beschäftigen". Dazu gehört der Warenhausbesitzer, der Kettenladenhändler, der Konsumgenossenschaftler, wie der Beamte, der während der Bürostunden irgendwelche Güter seinem Kollegen oder einer anderen bekannten Person aushändigt. Hier sollen solche Einzelhändler einmal mit Vertreter „einer fremden Wirtschaftsorganisation" bezeichnet werden. Diese Auffassung deckt sich 1. mit der Praxis dahingehend, daß alle so Bezeichneten nie Mitglieder eines Fachverbandes sind, sondern höchstens den Einzelhandelsspitzenverbänden als Mitglied anderer Organisationen angehören, 2. mit dem Programm der NSDAP. dahingehend, daß diese Erscheinungen in der Wirtschaft als Ausflüsse des vergangenen liberalistischen Zeitalters auf irgendeine Weise als Fremdkörper auszuscheiden sind.

Man hat dem Einzelhandel oft vorgeworfen, daß er diesen Kampf nur aus egoistischen Gründen führe, um seinen Lebensraum zu erhalten. Es gab „Kenner", die bewiesen, daß die Gründung der Fachverbände nur in diesen Gründen der Selbsterhaltung zu suchen sei. Was die Anlässe hierzu gewesen sind, beweist diese Schrift wohl klar.

Aber die „Kurzsichtigkeit" des mittelständlerischen Kampfes war nicht nur reaktionär und gegen die Auswüchse der fremden Organisationen abgestellt, so daß man zur Tagesordnung über den „Parasiten" Einzelhandel gehen zu können glaubte, sondern der Kampf wurde mehr und mehr bewußt geführt gegen diese Wirtschaftsformen, die zum Teil der Konzentrationsidee eines Marx entsprachen, die dem Zersetzungskampf marxistischer Ideen Vorschub taten: der Kampf wurde fortschrittlich! Tausend kleine Existenzen sind wertvoller als eine große „anonyme" mit tausendfacher Kapitalgewalt zur Erhaltung von Rasse, Kultur und Fortschritt und damit eines Volkes überhaupt. Die erwähnten fremden Wirtschaftsorganisationen tragen ohne Ausnahme

den Todeskeim in sich, sie wären längst ohne fremde Hilfe vergangen. Damit soll nicht gesagt werden, daß Einzelhandel identisch sei mit Kleinhandel, aber das Merkmal ist „Aufbau hinsichtlich der Größe auf Fachspezialisierung." Darin liegt eine gesunde Beschränkung, die es von sich aus unrentabel macht, Wolkenkratzer oder auch nur Hochhäuser für ein Unternehmen zu bauen. Läßt man dazu noch den Qualitätsgedanken kommen, dann ist kein Raum mehr für solche Auswüchse. Der tönerne Koloß der Warenhäuser und Einheitsgeschäfte stürzt in sich zusammen, „wenn man ihm des weiteren die Möglichkeit entzieht, durch das System der Lock- und Schleuderartikel und der nicht abreißenden Sonderveranstaltungen und Sensationsmanöver eine Täuschung der Käufer zu bewirken, wenn man die Warenhäuser zwingt, im Konkurrenzkampf unter den gleichen, sittlich gebundenen und ehrlichen Bedingungen um den Kunden zu ringen, so wollen wir schon mit ihnen fertig werden [113])."!

Konsumvereine, Beamtenhandel, Regiebetriebe u. dergl. sind aber ein Widerspruch in sich. Es wäre die Uebertragung der gleichen Taktik auf den Einzelhandel, indem er sich selbst und seinen Organisationen Steuern bezahlen würde und unabhängig würde, indem er selbst in die Sphäre der Industrie eingreifen und produzieren würde. Das aber bedeutet das Chaos der Volkswirtschaft.

Die Konkurrenz untereinander und die Ausbildung aus sich heraus mit Unterstützung des Staates, sorgen dafür, daß kein Warenhaus oder Konsumverein die Rolle des Preisregulators oder Fortschrittsapostels zu spielen braucht. Es sei dabei nochmals betont, daß die Entwicklung in dieser Richtung ruhig und überlegt sich vollziehen muß, um Schäden der Gesamtwirtschaft zu verhüten.

„Die Gefahr des Großbetriebes liegt auch darin, daß die Selbständigkeit der Einzelexistenz vernichtet und der freie Kaufmann zum Warenhausangestellten degradiert wird." (Dr. Roller)

Der Inhaber eines selbständigen Betriebes wendet im großen gesehen ganz andere Mühen auf, um sich emporzuarbeiten und vorwärts zu kommen, er wird zu ganz anderen Leistungen auflaufen, wenn er seine Fähigkeiten im eigenen Interesse freien Lauf lassen kann, als der Angestellte, dessen Aufstiegsmöglichkeiten begrenzt sind.

---

113) Schokoladenhandelszeitung vom 7. 9. 33, S. 436.

Deutschlands wirtschaftliche Leistungen beruhten nicht zum mindesten darauf, daß die Auffrischung der Unternehmerschicht gerade aus den Reihen der selbständigen Kleinbetriebe sich stets in weitem Umfange vollziehen konnte. Friedrich List hat das einmal klassisch so ausgedrückt: „Die Macht Reichtümer zu schaffen ist unendlich wichtiger, als der Reichtum selbst." Die Entstehung dieser Kraft bedeutet die Erhaltung einer breiten, selbständigen Unternehmerschicht, d. h. auf den Einzelhandel angewandt, eine Festigung der selbständigen Fachhändler.

Unterschiedlich ist die Stellungnahme der Verbände selbst zu diesen Fragen. Wie erwähnt, trat innerhalb der Hauptgemeinschaft für den Einzelhandel, der die Mehrzahl der Fachverbände angehört, der Standpunkt nicht klar heraus, da eine Gruppe der erwähnten fremden Wirtschaftsorganisationen Mitglied der Hauptgemeinschaft war. (Warenhäuser, Kettenläden). Darin ist inzwischen eine reinliche Scheidung eingetreten [114]).

2. Kampf gegen fremde Wirtschaftsorganisationen.

Einer der Vorkämpfer um die klare Entscheidung in der Hauptgemeinschaft ist der Feinkostverband. Er hat als erster die Forderung der Genehmigungspflicht der Warenhäuser unter dem Gesichtswinkel des Bedürfnisses formuliert. Schon 1929 hat er einen Verbandstagsbeschluß gefaßt: „Die Mitglieder der Hauptgemeinschaft wollen beschließen, daß der Verband der Waren- und Kaufhäuser von der Mitgliedschaft ausgeschlossen wird."

Eine starke Regsamkeit entfaltete der Rekofei auf allen Gebieten, wo es galt, den Gegner zu treffen. Schon 1918, also bald nach der Gründung trat er im „Hauptausschuß für freie Nahrungsmittelwirtschaft" gegen die Sozialisierungspläne auf und errang damit einen vollen Erfolg. Immer wieder versuchten Parlamente mit marxistischer Mehrheit, Bestrebungen gleicher Art durchzusetzen und es gelang oft nur durch eine gerichtliche Entscheidung, dem ungesetzlichen und handelsfeindlichen Treiben ein Ende zu bereiten. Daneben hat der Rekofei keine Gelegenheit versäumt, in Wort und Schrift gegen alle bisher erwähn-

114) Der Trennung zwischen Warenhaus und übrigem Einzelhandel in der Hauptgemeinschaft geht ein langer Kampf voraus, der außerordentlich interessant ist, besonders deshalb, weil die s. zeitige Taktik der Hauptgemeinschaft in dieser Frage infolge Fehlens einer autoritären Stellung des Staates zum Problem „Warenhaus" oft zu unrecht angegriffen wurde. Die Hauptgemeinschaft operierte mehr unglücklich als unter den gegebenen Verhältnissen falsch.

ten fremden Wirtschaftsorganisationen zu Felde zu ziehen, wovon die Spalten seiner Veröffentlichungen Zeugnis ablegen.

Die bewußte Politik des Schokoverbandes zeigt, daß man in dem scharfen Kampf erkannt hat, daß es sich hier um „einen großen Kampf der Geister zwischen skrupelloser großkapitalistischer Entwicklung und staats- und wirtschaftssozialistischer Machtpolitik (Regiebetriebe, Konsumvereine, Beamtenwirtschaftsverbände) handelt, die ihr Ziel darin sehen, die mittelständischen Betriebsformen zu vernichten[115])." Das Fachblatt des Schokoverbandes ist ein Sammelbecken für Artikel, die das seelische und ethische Moment dieses Kampfes betonen und herausstellen.

Im Seifenhändlerverband wird eindeutig allen fremden Wirtschaftsorganisationen der Kampf angesagt. In dieser Branche bringt es die Unsinnigkeit solcher Auswuchserscheinungen oft mit sich, daß gerade Artikel dieser Branche als Zug-Artikel ohne Verdienst verkauft werden und damit den reellen Handel unmöglich machen. Auch gegen die in Berlin verbreiteten Großfilialbetriebe wird klar Stellung genommen.

Der Fischhandel sieht mit Recht seinen Hauptgegner in Produzentenvertriebsgesellschaften, mit denen aber eine gütliche Einigung angebahnt ist, und den Betrieben der öffentlichen Hand, den städtischen Fischhallen. Auch hier scheint der Kampf erfolgreich zu sein, denn diese höchst überflüssigen Einrichtungen verschwinden mehr und mehr.

Der im Obst- und Gemüsehandel besonders wichtige Kampf gegen den wilden ambulanten Handel konnte mit Unterstützung des Staates in letzter Zeit dadurch gefördert werden, daß die organisierten ambulanten Händler einen Sichtvermerk tragen müssen. Des weiteren hat die Verbandsleitung sich aktiv gegen alle einzelhandelsfeindlichen Auswüchse gewandt.

Trotzdem die Behörden durch Verweigerung der Konzession für den Milchhandel es in der Hand haben, Mißstände zu beseitigen, haben sie noch im Mai 1933 Einheitspreisgeschäften die Erlaubnis nicht verweigern wollen, was den verständlichen Abwehrkampf des Milchhändlerverbandes zur Folge hatte. Die organisierte Abwehr der Milchhändler gegen „gemeinnützige Milchgesellschaften" war lange Jahre ein erfolgreiches Tätigkeitsgebiet des Verbandes. Regelrechte Milchkriege sind Zeugen dieser Zeit geworden.

115) Schokoladenhandelszeitung 1931, Nr. 36.

Im Tabakhandel tritt besonders der Kampf gegen den unrechtmäßigen Verkauf von Tabakwaren in Trinkbuden und Schankwirtschaften, der nach Geschäftsschluß in starkem Maße stattfindet, hervor.

Der D.D.V. setzt sich ohne Unterschied mit allen Erscheinungsformen der fremden Wirtschaftsorganisationen auseinander und hat häufig die absolute Minderwertigkeit der Waren seiner Branche in Waren-, Kaufhäusern und Einheitsläden bewiesen, deren Wert selbst zu dem geringen Preis in keinem Verhältnis stand. Sein Kampf gegenüber der Industrie um Ausschaltung dieser Organisationen ist häufig, besonders in der letzten Zeit, erfolgreich gewesen. Außerdem ist der DDV. der federführende Verband in der „Preisschutzstelle", die seit 1928 für Sauberkeit in der Preisgestaltung der Markenartikel eintritt.

Der Wild-H. V. kämpft gegen das großkapitalistische Warenhaus, Großfilial- und Konsumvereinssystem.

Diesen Verbänden gegenüber steht eine Minderzahl solcher, die nur bedingt oder im Rahmen der Spitzenorganisationen diesen Kampf führen. Der Butterhändlerverein trat gerade wegen Streitigkeiten über das Großfilialsystem, dessen sich seine Mitglieder in starkem Maße bedienen, aus der Hauptgemeinschaft aus.

Für den Spirituosenhandel ist der Produzenteneinzelhandel typisch und der auch sonst stark industriell orientierte Verband ist daher uninteressiert an der prinzipiellen Einstellung der ersteren Verbände. Aehnlich ist es beim Weinhandel, der zum mindesten Groß- und Kleinhandel in sich vereinigt, und dessen Handelsobjekte weniger in fremden Wirtschaftsorganisationen, außer vielleicht Produzentenvereinigungen und Regiebetrieben gehandelt werden.

Für den D.A.V. besteht keine unmittelbare Konkurrenzgefahr seiner Monopolstellung wegen, wenn er auch aus Ueberzeugung dem Kampf nicht feindlich gegenüberstehen dürfte.

m) Stärkere Verflechtung mit dem Produkt.

1. Allgemeines.

Die Pflege dieses Gebietes ist schwierig und bisher von den wenigsten Fachverbänden in Angriff genommen. Der Sinn einer stärkeren Verflechtung mit dem Produkt, d. h. Eigenfabrikation ist, 1. den Einzelhändler als Fachmann unabhängig zu machen von der Diktatur des Markenfabrikates, 2. den Einzelhändler so eng an den Entstehungsprozeß zu binden, daß er durch seine auf

diese Weise erworbenen Kenntnisse als Spezialist einen Vorsprung vor dem Handlanger einer fremden Wirtschaftsorganisation hat, 3. durch beschränkte Lagerhaltung (er kann sich auf wenige Grundstoffe beschränken) und durch höhere Verdienstspannen einen höheren Ertrag und damit niedrigere Konsumentenpreise zu sichern, 4. durch Güte ein höheres Vertrauen seitens der Käufer zu erringen. Man muß hier grundlegend zweierlei unterscheiden: 1. den Markenartikel, der auf dem betreffenden Gebiet eine Neuigkeit darstellt, der „eine Erfindung" ist, 2. den Markenartikel, der nur in einem neuen Kleid ein altes Ding ist.

Es ist durch aus nicht so, daß der Käufer so sehr unter der Suggestion der Reklame steht, daß er in allen Fällen den bekannten Markenartikel dem unbekannten vielleicht billigeren Erzeugnis des Einzelfachmannes den Vorzug gibt. Gerade dem in allen Zweigen seiner Branche wohlbewanderten Fachmann glaubt der Käufer gern. Die Aufgabe der Fachverbände ist hier sehr bedeutungsvoll. Die Ablehnung der Markenartikel trifft nur die unter 2) geschilderten, während für die ersteren sich jeder vernünftige Fachmann gern einsetzt.

Eigentlich und bewußt sind bisher nur zwei Fachverbände zur Belehrung ihrer Mitglieder auf diesem Gebiete übergegangen, der D.A.V. und der D.D.V. Bei beiden Verbänden ist dies geschichtlich begründet, da die Urform in ihrer Branche fast ausschließlich die gewerbliche Fabrikation im Eigenbetriebe vornahm. Erst mit der beginnenden Industrialisierung, mit der Rationalisierung und den Erfindungen ergab sich die veränderte Sachlage. Das war unbedingt eine Strömung, die nicht einzudämmen war, und die Erzeugnisse stellen eine bedeutende Bereicherung dar, aber die Flut wurde zur Sündflut. Neben unentbehrlichen Dingen entstand eine Vielheit von Präparaten, die nur auf Grund zugkräftiger Reklame ihren Weg zum Käufer fand. Der Einzelhandel war gezwungen, sie aufzunehmen und sein Betrieb litt bald unter der Menge dieser überflüssigen Artikel und der Verdienst konnte bei derartig erweiterter Lagerhaltung nur stark geschmälert sein.

Hier setzen die Bestrebungen der Fachverbände ein, die ihren Mitgliedern durch ihre Fachzeitungen und der werdenden Generation auf ihrem Bildungsgang die Richtlinien geben, verlorenes Gebiet zurückzuerobern.

2. Die Leistungen der Verbände.

Der D.A.V. und seine Zweigvereine ziehen „Spezialitätenunternehmungen" auf, die Reklame- und Verpackungsmaterial herstel-

len und die Anfertigung der Präparate selbst den Apotheken zur Pflicht machen. Es tauchen Pläne auf, in Zentrallaboratorien schwierige Präparate herzustellen, wenn der Einzelne nicht in der Lage ist, ein gleichwertiges Erzeugnis herauszubringen. Hierbei ist vor allem zu bemerken, daß es nicht der Sinn ist, die ernste und leistungsfähige Industrie beiseite zu schieben, denn damit wäre deren Leistungsfähigkeit auch auf wichtigeren Gebieten bedroht.

Der D.D.V. bedient sich neben den vorzüglich geleiteten Fachblättern, die alle Fragen in dieser Hinsicht beantworten und dem Einzelnen brauchbare Hinweise und Rezepte in die Hand geben, seiner Fachschulen. In Spezialkursen wird die Herstellung geeigneter Präparate der Standesjugend vorgeführt, und ihr ein Anreiz gegeben, sich gleichartig zu betätigen.

Ein guter Bundesgenosse können die Einkaufsgenossenschaften sein, aber es ist nicht damit getan, nur der Industrie Konkurrenz zu machen, sondern alle vier Voraussetzungen (s. Allgemeines) müssen erfüllt sein, um den Erfolg eines solchen Vorgehens zu gewährleisten. Es kommen hier vor allem die Bereitstellung geeigneter Rohstoffe und geschmackvoller Verpackungen in Frage.

Für eine gemeinschaftliche Milchkontrolle ist in den meisten Milchhändlervereinen gesorgt. Vielfach schlossen Vereine mit Berufs-Nahrungsmittelchemikern Verträge, auf Grund deren laufend eine regelmäßige Kontrolle der zum Verkauf gestellten Milch vorgenommen wird. Andere größere Vereine richteten sich selbst eigene Laboratorien ein, wie beispielsweise Hamburg und Berlin und führten obligatorische Kontrolle durch, um immer darüber unterrichtet zu sein, ob die Mitglieder ihren Handel mit Milch auch einwandfrei betrieben.

n) Statistik.

1. Allgemeines.

Eine Reihe von Fachverbänden hat ihren Mitgliedern die Anregung gegeben, über von ihnen aufgestellte Punkte statistische Angaben zu machen. „Der Zweck dieser Statistik ist, den einzelnen Betriebe zu zeigen, in welchem Verhältnis die Entwicklung dieses Betriebes, sei es in Bezug auf Umsatz, auf Einkauf, auf Spesen, auf Personalbeschäftigung, auf Kundenzahl oder sonst etwas zu anderen Betrieben ungefähr gleicher Art steht [117])."

Darüber hinaus sollen Behörden (Gerichte, Finanzämter) und wissenschaftliche Institute (Institut für Konjunkturforschung,

117) O. Kitzinger, in Verbandsstatistik im H. D. E. S. 339.

FfH.) einen Ueberblick für ihre Feststellungen bekommen. Im ganzen stellen 21 Fachverbände solche Statistiken auf, von denen hier besonders der D.A.V., D.D.V. und der Schokoverband zu nennen sind.

Es galt im Anfang sehr viel Mißtrauen auf seiten der Einzelhändler zu überwinden, denn sie fürchteten, ihre „Geschäftsgeheimnisse" Unberufenen offen zu legen. Darin ist jedoch eine Besserung eingetreten, so daß diese Statistiken heute ein gutes Uebersichtsbild über die Gestaltung der betreffenden Branchen liefern.

2. Statistik.

Der D.A.V. führt seit ca. 10 Jahren regelmäßige monatliche Erhebungen bei einer Anzahl von Apothekenbetrieben über Umsatz-, bewegung und zusammensetzung, Anzahl des Personals, Rezeptpreise usw. durch. Ferner werden statistische Erhebungen veranstaltet in Gemeinschaft mit der deutschen Apothekenbuchstelle in Magdeburg; auch wurden die Erhebungen des Institutes für Konjunkturforschung und der Forschungsstelle für den Handel über Umsatzbewegung, Kostengestaltung und Lagerhaltung in den Apothekenbetrieben unterstützt.

Der D.D.V. hat als einer der ersten Einzelhandelsverbände eine Umsatzstatistik eingerichtet und immer weiter ausgebaut. Veröffentlichungen erfolgen von Zeit zu Zeit im Verbandsblatt. Die wichtigsten Angaben werden außerdem im Rahmen der Berichte der Forschungsstelle für den Handel verwertet.

Der Schokoverband führt allmonatlich in Zusammenarbeit mit dem Inst. f. Konjunkt. Forschung und der FfH. eine Statistik durch, um die Bewegung im Schokoladenspezialhandel zu überprüfen. In dem Geschäftsbericht 1930/31 heißt es: „In unserem Kampf haben uns unsere statistischen Untersuchungen außerordentlich wertvolle Dienste erwiesen; unsere Aufgaben hätten sich von vornherein leichter gestaltet, wenn uns diese Unterlagen bereits aus früheren Jahren zur Verfügung gestanden hätten. Eine Reihe Verbandsmitglieder mit größeren und kleineren Umsätzen sind an diesen Monatsstatistiken beteiligt, so daß ein einigermaßen zuverlässiges Material über die Entwicklung der Umsätze und Unkosten in den einzelnen Monaten vorliegt."

E. Außerfachliche Vertretungen des Einzelhandels.

I. Das Wesen der außerfachlichen Verbände.

Es ergaben sich im Verlaufe der Besprechungen über das „Wesen und Wirken der Einzelhandelsfachverbände" wiederholt

Berührungspunkte mit außerfachlichen Organisationen im Einzelhandel. Um die Vollständigkeit eines Uebersichtsbildes zu gewährleisten und die Stellung der Fachverbände darin festzulegen, soll im folgenden ein kurzer Abriß über das Wesentliche dieser Gemeinschaftsbildungen die Lücke ausfüllen. Erwähnt werden alle die Organisationen, die außerwirtschaftliche Funktionen (also keine Genossenschaften, Rabattsparvereine u. ä.) zu erfüllen haben, und deren Bedeutung über den territorialen Wirkungsbereich hinaus für ganz Deutschland gegeben ist. Man könnte sie „Reichs- und Spitzenorganisationen" nennen. Ihr Wesen beruht in der Zusammenfassung aller Einzelhändler ohne Rücksicht auf fachliche Eigenart.

Ein grundlegender Unterschied beruht in der Zielsetzung, die sich für die Neugestaltung Deutschlands seit dem Jahre 1933 gebildet hat: die Trennung in die Wirtschafts- und Gesinnungsfront.

a) Wirtschaftsfront.

1. Industrie- und Handelskammern.

„Die Vertretung des Einzelhandels in den Handelskammern ist so alt wie diese selbst. Zwar sind nur die in das Handelsregister eingetragenen Betriebe wahlberechtigt, aber die Interessenvertretung umfaßt alle Berufsangehörigen" [118]). (§ 1 d. Preuß. Handelskammergesetzes).

Handelskammern (seit dem Weltkriege heißen sie Industrie- und Handelskammern) gibt es seit Anfang des 18. Jahrhunderts (Mainz 1798, Köln 1803). Dieser Entwicklungsreihe, die aus Napoleanischer Zweckbestimmung „den Staatsbehörden ihre Wahrnehmung über den Gang des Handels, des Manufakturgewerbes und der Schiffahrt und ihre Ansichten über die Mittel zur Beförderung der einen oder der anderen darzulegen" stammt, steht eine zweite gegenüber, „die von vornherein als echtes Erzeugnis des Steinschen Gedankens der Selbstverwaltung nicht auf Zwang, sondern auf freiwilliger Grundlage berufenen" kaufmännischen Korporation im Osten Deutschlands [119]). Die Spitzenvertretung ist der Deutsche Industrie- und Handelstag, der 1861 gegründet, 1934 insgesamt 108 Handelskammern vereinigt.

118) Der deutsche Einzelhandel in Staat und Wirtschaft, S. 16.
119) O. Most, Die Selbstverwaltung der Wirtschaft, S. 14 fc.

Die gesetzliche Regelung beruht für Preußen auf dem Gesetz vom 24. 2. 1870, wozu am 19. 8. 1897 und neuerdings am28. 12. 1933 eine wesentliche Novelle kam. Die Voraussetzung für die Mitgliedschaft ist seitdem die Eintragung in das Handelsregister, wodurch eine Reihe von Einzelhändlern der Beitritt zur Kammer ermöglicht wurde; aber erst in neuerer Zeit ist eine größere Anzahl beigetreten, vor allem, als durch besondere Abteilungen (Einzelhandelsausschüsse) die Belange der Einzelhändler besser gewahrt werden konnten.

Dem Rufe nach Spezialkammern ist man nur in Hamburg und Bremen, wo die Verhältnisse dafür günstig gelagert waren, durch Errichtung der Detaillistenkammern gefolgt.

Der besondere Vorteil der Organisation der Einzelhändler in den Handelskammern beruht darauf, daß es hier möglich ist, in Gemeinschaft mit Großhandel und Industrie die Wünsche des Einzelhandels zu vertreten, während der Fachverband mehr oder weniger einseitig sein muß. „Der Fachverband muß nach seinem ganzen Grundgedanken die Kräfte desjenigen Faches und derjenigen Gruppe für sich zu stärken und auszugestalten suchen, das und die er gerade vor anderen vertritt“ [120]).

Ein weiterer grundlegender Unterschied ist, daß „der Fachverband seiner Natur nach den Drang zur Zentralisierung für große Gebiete und schließlich für das ganze Reich in sich trägt. Das Wesen der Kammer dagegen beruht gerade auf der Dezentralisation. Verliert ihre Arbeit das örtlich-bezirkliche Gepräge, gibt sie sich selbst auf“ [121]). Mit anderen Worten: „Die Unterabteilungen der Fachverbände haben ein Ziel und gleiche Interessen, die einzelnen Kammern häufig ein sehr verschiedenes Ziel und entgegengesetzte Interessen. Der Reichsfachverband ist ein festes Gefüge mit einheitlichem Streben, der Deutsche Industrie- und Handelstag (als entsprechende Spitzenorganisation) mehr ein lockeres Gebilde starker Einzelglieder. (Die neueste Entwicklung vollzieht sich in Ausgleich beider Bestrebungen [122]). Die Handelskammern sind zudem eine besondere Form der modernen Korporativwirtschaft, die sich auch zeitlich durchaus mit dem Werden dieser Wirtschaftsform deckt.

120) a. a. O. S 28. 121) ebenda S. 28

122) „Das Wesentliche und Wertvolle der Industrie und Handelskammer ist nicht die rein räumliche bezirkliche Abgrenzung, sondern die ausgleichende Pflege der Bedürfnisse des von ihnen verwalteten Wirtschaftsraumes in voller Betriebs- und Personennähe.“ (Dr. v. Renteln beim Empfang des J. u. H. Tages am 12. 4. 34.).

2. Berufsgenossenschaft des Einzelhandels.

Die auf Grund der Unfallversicherungsgesetze gegründete Berufsgenossenschaft des Einzelhandels ist ebenfalls eine Anstalt mit öffentlich-rechtlichem Charakter. Eine Beschränkung der Mitgliedschaft tritt hier durch die Bestimmung ein, daß die Betriebe versicherungspflichtig sind, deren beschäftigtes Personal eine jährliche Mindesttätigkeit von 300 Arbeitstagen aufweist, wodurch die Kleinbetriebe zum Teil ausgeschaltet sind. Die Berufsgenossenschaft ist eine Zwangsorganisation, der 1929 95 000 Betriebe angehörten.

3. Hauptgemeinschaft des deutschen Einzelhandels.

Als Dachorganisation über den Fach- und Territorialverbänden gilt die Hauptgemeinschaft des deutschen Einzelhandels (im folgenden kurz: Hauptgemeinschaft).

Es hat nicht an Vorläufern und Versuchen gefehlt, im Einzelhandel eine solche Organisation vor Gründung der Hauptgemeinschaft zu schaffen. Als typisches Beispiel soll hier der „Deutsche Zentralverband für Handel und Gewerbe" angeführt werden. In der Festschrift zum 25jährigen Bestehen heißt es: „Um die Mitte der achtziger Jahre war in den Detailhändlerkreisen das Bestreben lebendig geworden, durch engeren Zusammenschluß der Berufsgenossen eine Stelle zu schaffen, die die Aufgabe haben sollte, gegenüber der Gesetzgebung und allerlei sonstigen ungünstigen Strömungen die Berufsinteressen mehr denn je wahrzunehmen. Im August 1880 waren die Vorarbeiten so weit gediehen, daß viele bestehende Vereine und Verbände sich zu einem „Zentralverband Kaufmännischer Vereine und Verbände" zusammenschlossen. Die Vereinigung sollte sich über ganz Deutschland erstrecken, um so durch den engen, festen Zusammenschluß das zu erreichen, was bisher erfolglos in einzelnen Vereinen versucht worden war." Die Ziele waren: der Kampf gegen Schäden und Auswüchse der Gewerbefreiheit, gegen fremde Wirtschaftsorganisationen, das Streben nach Errichtung kaufmännischer Innungen auf zeitgemäßer Grundlage, die Gründung von Fachschulen für Handlungslehrlinge, Errichtung kaufmännischer Schiedsgerichte und Fürsorge für bedürftige Standesangehörige. Daß dieser Verband zu keiner Einheitsorganisation, ebenso wie mancher andere gleicher Art wurde, beruht vor allem auf der einseitigen Kampfstellung für mittelständlerische Ziele und der mangelnden Unterstützung durch kräftige Fachverbände (siehe die voraufgehenden Kapitel). Seine Mitglieder waren vor allem Kolonialwaren- und Textilhändler. Als im Weltkriege die Kolo-

nialwarenhändler zur Fachorganisation schritten und den Rekofei gründeten, bedeutete dies den Tod des Zentralverbandes.

Der Krieg ließ die Notwendigkeit einer Spitzenorganisation besonders deutlich erkennen. Schon 1916 zeigten sich Versuche zur Gemeinschaftsbildung, die aber vorläufig an der Warenhausfrage, d. h. ihrer Einbeziehung in die Organisation, scheiterten. Als vollends das Chaos der Novembertage 1918 über Deutschland hereinbrach, wurde eigentlich, ohne daß man es wollte, auf einer Besprechung von 32 Vertretern der Einzelhandelsfachverbände am 19. 11. 1918 „mit so überwältigender und plötzlicher Kraft, daß man gar nicht erst den geplanten Gründungsausschuß ins Leben rief, sondern gleich die Arbeitsgemeinschaft des deutschen Einzelhandels schuf," die heutige Hauptgemeinschaft gegründet [123]). Der Zweck der Hauptgemeinschaft ist nach der Satzung: „Die Wahrung und Förderung aller über die besonderen Angelegenheiten der einzelnen Fachzweige und bezirklichen Gruppen hinausgehenden gemeinschaftlichen Interessen des deutschen Einzelhandels." Damit ist die überfachliche Tätigkeit der Hauptgemeinschaft festgelegt.

Mitglieder der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels können werden:

Einzelmitglieder:

1. Einzelhändler, die den Einzelhandel selbständig und nach den Grundsätzen eines ehrbaren Kaufmannes betreiben sowie im Besitz der bürgerlichen Ehrenrechte sind.

2. Offene Handelsgesellschaften und sonstige Gesellschaften des Handelsrechtes, die ein Einzelhandelsunternehmen im Sinne von Ziffer 1 betreiben.

Körperschaftliche Mitglieder:

3. Einkaufsverbände oder sonstige Zweckverbände des Einzelhandels, soweit ihr Geschäftsbereich nicht rein örtlichen Charakter trägt und soweit sie wirtschaftlich von wesentlicher Bedeutung sind;

4. Oeffentlich-rechtliche Handelsvertretungen.

5. Reichsverbände des Einzelhandels sowie Landes- und Bezirks-(Provinzial)-verbände des Gesamteinzelhandels bis zur Ueberführung der ihnen angeschlossenen Einzelhändlerschaft in die unmittelbare Mitgliedschaft bei der Hauptgemeinschaft gemäß Ziffer 1 und 2.

123) Dr. Folz, im H. d. E. S. 843.

Soweit die Mitgliedsverbände und Korporationen selbst nicht rechtsfähig sind, erwirbt die Gesamtzahl der Einzelmitglieder, vertreten durch den Vorstand, die Mitgliedschaft.

Die Zahl der in der Hauptgemeinschaft organisierten Einzelhändler anzugeben, dürfte kaum möglich sein, da durch Doppelmitgliedschaft (Fachverband, Handelskammer, Landes- und Bezirksverbände und Genossenschaft) die absolute Zahl unverwendbar ist.

4. Reichsnährstand.

Die Aufstellung eines Organisationsplanes wäre unvollständig, wenn man nicht kurz die neueste Entwicklung erwähnen wollte auch soweit sie noch nicht ihre feste Gestaltung gewonnen hat.

Der Reichsnährstand ist laut Durchführungsverordnung vom 8. 12. 1933 eine Körperschaft des öffentlichen Rechtes. „Er umfaßt nach der dritten Verordnung über den vorläufigen Aufbau des Reichsnährstandes vom 16. 2. 1934 nach § 1 auch den Landhandel, wonach eigentlich alle Fachverbände unserer Gruppe hier organisiert sein müßten, falls man nicht nach § 4 Abs. 1 den betreffenden Bestandteil dieser Branche als unerheblich ansieht (Apotheken, Drogerien). Um sich ergebende Unstimmigkeiten beseitigen zu können, ist die Wiederherausnahme einzelner Berufsgruppen aus dem Reichsnährstand oder auch ihre Neuhereinnahme einem zwischen Reichsernährungs- und Reichswirtschaftsminister zu treffendem Einvernehmen zu überlassen“ [124]).

5. Reichsstand Handel.

Noch keinen öffentlich-rechtlichen Charakter haben die „sogenannten“ Reichsstände, „die man besser als Reichs-Berufsverbände bezeichnen würde [125])“. Zu ihnen gehört der Reichsstand Handel, der am 4. 5. 1933 gegründet wurde und 5 ehemalige Verbände umfaßt. (Hauptgemeinschaft, Reichsverband des Groß- und Ueberseehandels, Einheitsverband der Gastwirte, Verband der Handelsvertreter, Verband des ambulanten Handels [126]).)

---

124) In § 1 des Gesetzes über den vorläufigen Aufbau des Reichsnährstandes vom 13. 9. 33 heißt es unter (2) Die deutsche Landwirtschaft im Sinne des Gesetzes umfaßt auch Forstwirtschaft, Gartenbau, Fischerei und Jagd; zum Reichsnährstand gehören auch die landwirtschaftlichen Genossenschaften, der Handel (Groß- und Kleinhandel) und die Be- und Verarbeitung landwirtschaftlicher Erzeugnisse.

125) Schäffer, Nachtrag z. 16. Bd. d. Volkswirtschaftslehre s. Anmerkung.

6. Reichsstand Industrie.

Der Reichsstand Industrie wurde ebenfalls 1933 gegründet. Hierin gehört der Reichsverband Deutscher Spirituosen-Fabrikanten (ehemals Spiritus- und Spirituosen-Interess.-Verb.), da seine Mitglieder neben dem Handel vor allem die Fabrikation von Spirituosen betreiben (s. Anhang.)

7. Die neue Wirtschaftsgliederung.

Bis zum endgültigen Ausbau der ständischen Gliederung der deutschen Wirtschaft ist eine neue Gliederung durch ein Ermächtigungsgesetz erlassen, um organisatorische Klarheit zu schaffen, und das ungeheuer wichtige Glied der deutschen Wirtschaftsführung mit der heutigen Staatsauffassung in Uebereinstimmung zu bringen. (Dr. Schmitt). Der Gesamtaufbau gliedert sich in 12 Gruppen, von denen 7 zur Industrie gehören. Hierzu kommen:

Gruppe 8 Handwerk,
Gruppe 9 Handel,
Gruppe 10 Banken und Kredit,
Gruppe 11 Versicherungen,
Gruppe 12 Verkehr.

b) Gesinnungsfront.

Wenn seit Jahrzehnten stets darüber geklagt wurde, daß der Mittelstand seine Probleme einseitig betrachte und daß die sogenannte „Mittelstandsbewegung" der Gesamtlage der deutschen Volkswirtschaft nicht gerecht werde, ist es doppelt freudig zu begrüßen, daß jetzt Ansätze vorhanden sind, diese schwierige Frage der Einheit des Volkes durch politische Erziehung zu meistern. „Die NSDAP. als Trägerin der nationalsozialistischen Revolution ist sich darüber klar, daß die innere Neugestaltung der Nation letzten Endes niemals von außen her durch gesetzgeberische und verwaltungstechnische Auswirkungen einer politischen Machtposition erfolgen kann [126])." Hier soll die Arbeit der folgenden Organisationen einsetzen.

1. Deutsche Arbeitsfront.

Der „Wirtschaftsfront" steht die Deutsche Arbeitsfront innerhalb der „Gesinnungsfront" zur Seite. Man kann wie Dr. Ley ausgeführt hat, den ständischen Aufbau (Wirtschaftsfront) als

126) H. F. Sohns, in: „Die neue Wirtschaft". Oktober 1933, S. 4.

den Körper und die Arbeitsfront als den Geist der neuen Ordnung betrachten. „Wie Körper, Seele und Geist zusammengehören, gehören Arbeitsfront und ständischer Aufbau zusammen, eine ist ohne das andere nicht denkbar. Die Seele und der Geist können nicht ohne den Körper sein und der Körper nicht ohne Seele und Geist. Die Arbeitsfront schafft die Menschen, die im ständischen Aufbau wirken sollen. Der ständische Aufbau allein stünde auf dem Papier und hätte keinen Sinn, und keine Bedeutung, er wäre nur schematisch, wenn die Arbeitsfront ihm nicht den Menschen schaffte. Ebenso hat die Arbeitsfront keinen Sinn, wenn das, was sie an Schulung und Erziehung schafft, nicht im ständischen Aufbau in die Tat umgesetzt würde." (Ley)

2. N. S. Hago und G. H. G.

Innerhalb der Arbeitsfront sind die NS.-Hago (Nationalsozialistische Handwerker- und Gewerbeorganisation) und der G.H.G. (Gesamtverband des deutschen Handwerks, Handels und Gewerbes) Bestandteile, die sich besonders der Belange des gewerblichen Mittelstandes annehmen, mit der Aufgabe, „der Erziehung des wirtschaftenden deutschen Menschen im Mittelstand zur nationalsozialistischen Weltanschauung und zur gegenseitigen Selbsthilfe [127])."

Beide Verbände sind politische Organisationen, die den wirtschaftlichen Organisationen übergeordnet sind, und jedenfalls in Zukunft eine große Bedeutung erlangen können. (Aberkennung der Staatsbürgerrechte usw.) Der Unterschied beider liegt darin, daß die Mitglieder der NS.-Hago, Mitglieder des Kampfbundes für den gewerblichen Mittelstand waren, die vor dem 1. 5. 1933 beigetreten sind.

II. Ausblick.

Der Ueberblick über die Organisation im Einzelhandel hat eine Mannigfaltigkeit gezeigt, die eine Vereinfachung erfordert. Das Ziel der Neuorganisation ist es, zu einer Vereinfachung zu kommen. „Die Betriebe sollen durch Ueberorganisation mit Beiträgen nicht überlastet, sondern sie sollen von Beiträgen entlastet werden. Man darf darum niemals von mehreren Ecken und Enden aus organisieren, sondern dieses soll nach einem einheitlichen Plan geschehen [128])." Der Anfang dazu war die Umbildung der territorialen Gesamt-Einzelhandelsverbände, die den

127) Schäffer, a. a. O. S. 57.

strie- und Handelskammern vom 28. 12. 1933 in Nr. 2 der Preußischen Gesetzsammlung vom 6. 1. 1934). Innerhalb der Kammern werden alle Einzelhändler, auch wenn sie noch nicht in das Handelsregister eingetragen waren, in einer besonderen Einzelhandelsvertretung (Einzelhandelsamt) zusammengefaßt, und haben damit eine öffentlich-rechtliche Vertretung gefunden.

Durch den Uebergang vom Landes- und Ortsverband der Hauptgemeinschaft zur Einzelhandelsvertretung war eine Lösung gefunden, die eine Zerschlagung der organisch gewordenen Verhältnisse vermeidet, langjährige Erfahrungen weiterhin nutzbar macht und trotzdem eine Vereinfachung bedeutet. Die endgültige Regelung dieser Dinge ist jedoch noch nicht abgeschlossen.

Neben dieser Säule wird sich die fachliche Vertretung (Reichs-Fachverband) in irgendeiner vereinfachten Form erhalten, um zusammen mit ihr einen Bestandteil im ständischen Aufbau zu bilden. Dr. Hilland sagt darüber: „Die organisatorische Zusammenfassung und berufliche Vertretung des deutschen Einzelhandels erstreckt sich nach zwei Richtungen, nach der fachlichen und regionalen. Die Fachaufgaben werden ganz klar und einwandfrei gelöst von den Fachverbänden." Damit sehen wir die Existenz der Fachverbände als unentbehrlich anerkannt und gewürdigt.

F. Internationale Verbände.

a) Allgemeine Uebersicht.

Ein Fachverband, dessen Gefüge eine feste Gestalt angenommen hat, wird das Bestreben haben, sich mit gleichartigen Verbänden außerhalb der Grenzen über fachpolitische Fragen zu unterhalten. Innerhalb der vierzehn in dieser Arbeit behandelten Einzelfachverbände waren fünf Mitglieder solcher internationalen Organisationen, (D.A.V., D.D.V., Rekofei, Weinhändler -und Seifenhändler-Verband), vier pflegten eine lose Zusammenarbeit (Feinkost-, Milch-, Spirituosen- und Schokohändlerverband), während die übrigen keinerlei Beziehungen zum Ausland unterhielten.

Diese Standesarbeit kann sehr befruchtend wirken, indem wir vorbildliche Einrichtungen des Auslandes kennen lernen und

128) v. Renteln, Aus einer Rede am 12. 3. 1934.

andererseits der Welt unser Schaffen vor Augen führen. Die deutschen Einzelhandelsfachverbände schneiden bei diesem Vergleich nicht schlecht ab, was das Ausland durch die führende Stellung Deutschlands in den internationalen Verbänden gewürdigt hat.

b) Internationale Fachverbände.

Durch eine Reihe internationaler Kongresse war seit Jahren innerhalb der Pharmazie ein Treffpunkt der Apotheker vieler Länder geschaffen. Auf einer Tagung in Brüssel wurde 1910 die Gründung eines „Internationalen Apothekerbundes" beschlossen, der sich 1912 konstituierte und in dessen Vorstand der damalige Vorsitzende des D.A.V. berufen wurde. Der Zweck war laut Satzung: „Förderung der Pharmazie als Gewerbe und angewandte Wissenschaft auf internationalem Wege. Nachdem der D.A.V. zu Kriegsbeginn ausgetreten war, wurde er 1927 einstimmig wieder aufgenommen und er hat sich seitdem an den Arbeiten des Verbandes rege beteiligt" [129]).

Besonders eingehend hat sich der D.D.V. der Bearbeitung internationaler Fragen gewidmet. Sowohl an der Gründung (22. 4. 1912 in Berlin) wie an der Gestaltung des „Internationalen Drogistenbundes" hat der D.D.V. maßgebenden Anteil. Nach § 2 der Satzung bezweckt der Bund: „Die Förderung der Interessen des Drogistenstandes auf internationalem Wege unter Ausschluß aller politischen Angelegenheiten". Bemerkenswert ist, saß die Geschäftssprache Deutsch war, wie überhaupt der D.D.V. als federführendes Mitglied den stärksten Einfluß auf die Arbeiten des Bundes, der 1926 acht Mitglieder zählte, hatte.

Aehnlich ist die führende Rolle des Rekofei bei der Anbahnung und Unterhaltung internationaler Beziehungen im Lebensmitteleinzelhandel. Auf internationalen Tagungen hatte man sich in der Nachkriegszeit vor allem mit Schweizern und Franzosen ausgesprochen. 1928 tagte in Luzern die „Internationale Vereinigung des Lebensmitteleinzelhandels", die 10 Mitglieder hatte. Das Arbeitsgebiet umfaßt vor allem mittelständlerische Aufgaben, Lebensmittelgesetzgebung, Steuer- und Einkaufsfragen, Berufsbildung, Austausch von Angestellten und anderes mehr. Die „Internationale Vereinigung" wuchs unter Führung des Rekofei und der Edeka in den nächsten Jahren weiter und umfaßte 1930 16 Staaten und griff bereits auf die amerikanischen Kollegen über. Seit 1932 besteht ein „Mitteilungsblatt der Interna-

129) Krischke, a. a. O. S. 192 f.

tionalen Vereinigung des Lebensmitteleinzelhandels", um den Fortgang der internationalen Verbindung und Gemeinschaftsarbeit zu sichern.

Im Weinhandel besteht als wichtigste internationale Organisation das „Office International du vin", das in Paris am 29. 11. 1924 gegründet wurde. 1930 gehörten ca. 20 Staaten der Organisation an. Das O.I.D.V. unterscheidet sich grundlegend von den anderen Organisationen dadurch, daß es eine staatliche Organisation ist. Deutschland trat erst 1929 bei. Die Aufgaben bestehen in Sammlung wissenschaftlicher Arbeiten über den Wein, Schutz von Herkunftsbezeichnungen, Abwehr von Betrugsversuchen und Förderung der Entwicklung des Weinhandels[130]).

Für den Seifenhandel besteht ein „Internationaler Seifenverband" in Genf, an dessen Arbeiten sich die deutschen Vertreter zeitweilig beteiligt haben.

c) Sonstige internationale Zusammenarbeit.

Nicht in allen Branchen ist es zur Gründung internationaler Verbände gekommen, sondern die Zusammenarbeit hat sich meist auf eine lose Fühlungnahme beschränkt. Man muß zudem berücksichtigen, daß die Ausgestaltung des internationalen Einzelhandels nicht so gleichförmig ist, daß in allen Ländern gleiche Branchentypen entstanden sind.

Besonders eng sind naturgemäß auch im Einzelhandel die Bindungen nach Oesterreich. So stehen der Feinkost- und Schokoladenhändlerverband in Zusammenarbeit mit Wiener Fachverbänden.

Der Spirituosenhändlerverband hat zur Abwehr der Abstinenzbestrebungen, die ja zum Teil im Ausland feste Gestalt angenommen haben, wiederholt mit Auslandsverbänden Verhandlungen gepflegt.

Der Milchhändlerverband hat durch Abgeordnete auf ausländischen Tagungen Verbindungen zu außerdeutschen Fachorganisationen angeknüpft.

G. (Anhang). Die Einzelhandelsfachverbände der Gruppe Lebens- und Genußmittel. (Spezieller Teil.)

I. Name, Sitz, Rechtsform, Gründungsjahr.
II. Definition des Fachgebietes.

130) Brunkow, a. a. O. S. 109 ff.

III. Abriß der Gründungsgeschichte.
   a) Vorgeschichte,
   b) Gründungsgeschichte.
IV. Mitgliederbewegung und Gliederung.
 V. Zweck des Verbandes (Satzungsauszug).

I. **Standesgemeinschaft deutscher Apotheker (vormals deutscher Apotheker-Verein)** Berlin gegr. 1933.

II. Die deutsche Apotheke ist in erster Linie die Herstellungs- und Abgabestelle für die ärztlich verordnete Arznei. Daneben dient sie in sehr verschiedenen Graden durch den sog. Handverkauf der Befriedigung des Publikums auf dem Gebiet der Krankenpflege, Körperpflege, Hygiene und Schädlingsbekämpfung, soweit ihr nicht dabei durch die Apothekenbetriebsordnung Grenzen gezogen sind.

III a. Die am 22. April 1933 gegründete Standesgemeinschaft ist noch zu jung in ihrer Geschichte, um einer Darstellung genügend Stoff zu bieten. Andererseits ist die Geschichte des D.A.V. so inhaltsreich, daß es angebracht ist, ihr das Hauptkapital zu widmen. Bei einer Vorgeschichte muß man erwähnen, daß schon seit 1790 ein Berliner Apothekerverein, seit 1798 eine Magdeburger Apothekenkonferenz, seit 1816 ein pharmazeutischer Verein in Bayern neben anderen örtlichen Vereinigungen bestand. Meist hatten diese Gebilde die Gestalt eines Lesezirkels zum gegenseitigen Austausch wissenschaftlicher Kenntnisse und fachlicher Literatur. Solcher kleinen Zelle in Westfalen war es beschieden, Keimzelle zu werden, für den D.A.V. Medizinalassessor Beisenhirz gründete 1820 eine Lesegesellschaft der Apotheker in der Mindener Gegend. Mit tatkräftiger Unterstützung einiger Kollegen gedieh diese Gründung. Unabhängig davon richtete Apotheker Brandes in Salzuflen unter seinen lippischen Kollegen eine ähnliche Gesellschaft ein. Nach Verschmelzung beider Zellen wurde die Gründung eines Apothekervereins in Westfalen beschlossen. Am 7. und 8. September 1820 kamen die Gründer in Minden zusammen. Die übrigen Kollegen wurden durch die öffentlichen Blätter eingeladen. Im Laufe des Winters folgte das restliche Westfalen. Das Frühjahr 1821 sah die zweite Direktorialversammlung in Salzuflen; da man über die Grenze Westfalens hinausgedrungen war, wurde der Name in „Apothekerverein für das nördliche Teutschland" geändert.

Daneben lief als bedeutendster Territorialverband der Süddeutsche Apothekerverein, der am 12. 9. 1848 in Leipzig anläßlich des dortigen Apothekerkongresses gegründet war.

b) Durch die deutsche Reichsgründung war Nord und Süd geeint. So vollzog auch die deutsche Apothekerschaft die entsprechende Einigung. Im April 1871 hatten Vorstand und Ausschuß des Süddeutschen Apothekervereins die ersten Schritte dazu getan. Im September bestätigten die Generalversammlungen beider Vereine das Abkommen, wodurch die Gründung des D.A.V. vollzogen war. Vom Norddeutschen A.V. wurden die Satzungen und Gebietseinteilungen übernommen. Die Entwicklung nahm in den nächsten Jahrzehnten einen Verlauf zu einem der bestorganisierten deutschen Verbände, dessen Einrichtungen zum Teil mustergültig waren.

Mit Einbruch der nationalen Revolution wurde am 22. April 1933 der D.A.V. in die Standesgemeinschaft deutscher Apotheker überführt, und damit die erste ständische Fachorganisation überhaupt geschaffen. Alle daneben bestehenden Fach- und Wirtschaftsorganisationen wurden aufgehoben. Die St.D.A. bietet Raum für alle Apotheker, auch wenn sie in anderen Berufen tätig sind.

IV. Die Uebersicht über die Mitgliederzahlen zeigt uns ein stetiges Wachstum. 1821 sind ca. 100 Apotheker anläßlich der Versammlung in Salzuflen,

1822	finden wir	332
1827		592,
1840		893,
1850		1566,
1872		1455 Mitglieder.

Der Süden bringt dann 1145 Mitglieder in den neuen Verein ein, sodaß insgesamt 2600 übernommen werden.

Die Zahlen für den D.A.V. sind:

1894	3279
1914	5336
1922	5868
Inflationszeit	5398
1931	6637
1934	11500 (jetzt einschl Angestellter).

Die 31 Gaue des D.A.V. sind nach wirtschaftlichen, nicht politischen Grundsätzen eingeteilt; sie können sich in Kreise, diese wieder in Gruppen gliedern. Die St.D.A. hat die Gaue unter Zusammenlegung auf 22 übernommen, aber weitgehend ihre Selbständigkeit beschnitten.

V. Die Standesgemeinschaft hat den Zweck, innerhalb des Deutschen Reiches und der früher deutschen Gebiete alle ehrlich

schaffenden Standeskollegen zusammen zu schließen, um in gemeinsamer Arbeit die politischen, ethischen und wirtschaftlichen Belange des Apothekerstandes zu fördern, zu schützen und zu vertreten. (§ 1 der Satzung.)

I. **Deutscher Drogistenverband e. V.**, Berlin, gegr. 1873.

II. Als einer der Nachfolger des mittelalterlichen Material- und Gewürzkrämers beschäftigt sich die Drogerie mit dem Vertrieb der verschiedensten Artikel, die entweder von altersher übernommen oder organisch dem übrigen Fachgebiet zugewachsen sind. Zu bemerken ist, daß häufig Herstellung und Vertrieb in einer Hand liegen. Nach einer Aufstellung des Verbandes umfaßt die Drogerie den Handel mit freigegebenen Arzneimitteln, Giften, Desinfektionsmitteln, Mitteln zur Körper- und Krankenpflege, zum Gasschutz, Lebensmitteln, diätetischen Nährmitteln, Tierpflege- und Futtermitteln, haus- und landwirtschaftlichen Bedarfs- und Malergeräten, Photoartikeln, photografischen Arbeiten, Harnanalysen und Spirituosen. Hierbei sind natürlich territoriale Verschiedenheiten zu berücksichtigen.

III a. Der D.D.V. ist einer der ältesten Fachverbände, sein Geburtstag ist der 11. April 1873. Aber dieser Abriß seiner Geschichte wäre unvollständig, wenn wir nicht die genau ein Jahr vorher getätigte Gründung des Dresdener Drogistenvereins in den Kreis unserer Betrachtungen ziehen wollten. Am 30. April 1872 überreichten die Drogisten I. Rothe und C. F. Junghähnel in Dresden 30 Drogeriebesitzern ein Rundschreiben, das zur Abwehr gegen ein drohendes Arzneimittelgesetz aufforderte. Das Schreiben enthielt die Aufforderung zu einer Versammlung am 3. Mai. Die Versammlung fand statt, und als der Antrag auf Gründung eines Drogistenvereins Dresden gestellt wurde, kehrte die Einstimmigkeit der Versammelten den Willen klar heraus.

b) Die weitere Entwicklung zeigt folgendes Bild: Für einen sächsischen Drogistentag wurde als 3. Verhandlungspunkt eine Beratung über einen „tunlichst bald abzuhaltenden deutschen Drogistentag" angesetzt. Dieser Punkt der Tagesordnung fand die Zustimmung auch von Kollegen außerhalb Sachsens. Ueberall folgten jetzt Neugründungen von Ortsvereinen. Man erkannte, daß zur Erlangung der nötigen Stoßkraft beim Vorgehen Behörden gegenüber Einigkeit aller Einzelgruppen vonnöten sei und rief zur Gründung eines Reichsverbandes auf. Die Berechtigung dieses Verbandes zeigte sich in dem starken Wachstum der Folgezeit.

IV. Für das Jahr 1875 finden wir 232 Mitglieder,

1885	602	1925	6557
1895	1462	1932	6905
1905	2197	1933	7716
1914	3708	1934	8116

Wir sehen daraus ein ruhiges sicheres Wachstum, das nur wenige Schwankungen zeigt. Das starke Wachsen des letzten Jahres offenbart die steigende Einsicht weiter Kreise für die Notwendigkeit einer Organisation, die allerdings ohne die politische Neugestaltung undenkbar wäre.

Der D.D.V. teilt sich in 53 Bezirksvereine, diese wieder in Ortsvereine, falls der Bezirk zu groß und unübersichtlich ist.

V. Der Verband bezweckt:

a) Die Förderung der Interessen des Drogistenstandes unter Ausschluß aller politischen Angelegenheiten.

b) Die Unterstützung bedürftiger Mitglieder durch die dem Verbande unterstellte Stiftungskasse. (§ 1 der Satzung.)

I. Rekofei, Reichsverband deutscher Kaufleute des Kolonialwaren-, Feinkost- und Lebensmitteleinzelhandels e. V., Berlin, gegr. 1917.

II. Mit seiner Namengebung hat der Rekofei angedeutet, welch' umfangreiches Gebiet zu diesem Kleinhandelszweig gehört. Man muß zudem die Definition eher weiter als enger fassen, da vielfach in Kleinstädten und besonders auf dem Lande dieser Fachhändler die Bedarfsdeckung anderer Gebiete mitversieht. Er ist der gerade Nachfolger des alten Materialienhändlers, der einmal in der Mehrzahl aller in dieser Arbeit behandelten Spezialgebiete Handel trieb.

III a. Der Rekofei ist ein junger Verband, und es wäre eigenartig, wenn der Kolonialwarenhandel vordem jeden Zusammenschlusses entbehrt hätte. Die klare Sachlage wird verdeckt durch die Namengebung seines Vorgängers, der als „Zentralverband für Handel und Gewerbe, Leipzig" hauptsächlich den Lebensmittelhandel umfaßte. Dieser Zentralverband wurde am 13. August 1888 in Leipzig gegründet, „als in Detaillistenkreisen das Streben lebendig geworden war, durch Zusammenschluß eine Zentrale zur Vertretung der Berufsinteressen zu gründen". Aber so wertvoll ein Zusammenschluß von Kaufleuten verschiedener Fachgebiete auch war, es machte sich doch besonders während des Krieges das Bedürfnis geltend, neben der Standesarbeit für

den Gesamteinzelhandel die Berufsarbeit für die Fachgruppe getrennt und damit verstärkt und zielbewußt aufnehmen zu können.

b) Der Zentralverband nahm von sich aus die Vorbereitung in die Hand und so konnte am 27. September 1917 in Berlin die Gründung des nachmaligen Rekofei vorgenommen werden. Damit war eine Spitzenorganisation geschaffen, die „die ältesten, größten und angesehensten Verbände des deutschen Einzelhandels umfaßt". Nach manchen anfänglichen Mißerfolgen gelang es 1926 durch die enge Fühlungnahme mit der Edekagenossenschaft, die Stellung sehr wirkungsvoll zu unterbauen.

IV. Der Zentralverband hatte ca. 30 000 Mitglieder gezählt, die aber natürlich nicht alle in den neuen Verband übergingen. 1933 zählte der Rekofei ca. 90 000 Mitglieder und ist damit der weitaus stärkste Einzelhandelsfachverband. Er ist eingeteilt in Landesverbände, deren es bei seiner Gründung 20 gab. 1920 waren es 16 Landes- und Provinzverbände mit über 500 einzelnen Ortsgruppen und Ortsvereinen, 1933 21 Territorialverbände.

V. Aufgabe des Reichsverbandes ist es: Alle Bestrebungen und Maßnahmen zu unterstützen, die geeignet sind, den kaufmännischen Mittelstand, insbesondere den selbständigen Kolonialwaren-, Feinkost- und Lebensmittel-Einzelhandel vor Aufsaugung und Ausschaltung zu schützen, seine Wettbewerbsfähigkeit und Existenzmöglichkeit zu stärken, für die Hebung und Ertüchtigung der Standesangehörigen, insbesondere auch des Nachwuchses, durch Verbreitung von Warenkenntnissen und kaufmännischen Fähigkeiten zu sorgen, das Gefühl der Kollegialität und Zusammengehörigkeit zu fördern, kaufmännische Standesehre und das Standesbewußtsein hochzuhalten und nötigenfalls mit allen gesetzlichen Mitteln zu verteidigen. (§ 2 der Satzung.)

•

I. Reichsverband deutscher Feinkostkaufleute e. V. Berlin, gegr. 1905,

II. „Unter Feinkost versteht man Lebens- und Genußmittel, die wegen ihrer ausgesprochenen Güte, ihrer besonderen Eigenart oder ihrer besonders sorgfältigen Zubereitung im Verkehr eine besondere Anerkennung und Bewertung gefunden haben." Im Verlauf des fortschreitenden Weltverkehrs und des wachsenden nationalen Wohlstandes hatte sich vornehmlich in den 90er Jahren die Feinkostbranche vom Kolonialwaren-, Gemüse- und Fischgeschäft gelöst. Ein Vorgang, der sich heute mit umgekehrten

Vorzeichen wiederholt, insofern, als die Not der Zeit es dem Feinkostbändler nur selten gestattet, sich auf sein eigentliches Fachgebiet zu beschränken, sondern er gezwungen ist, daneben wohlfeilere Erzeugnisse der Mutterbranchen zu liefern.
IIIa. Die Geschichte dieses Verbandes ist abgeschlossen, da er durch die Neuordnung im Jahre 1933 gezwungen war, sich aufzulösen und seine Mitglieder dem Rekofei zuzuführen. Immerhin ist sein Verbandsleben so rege gewesen, daß es sich lohnt, seine Tätigkeit hier festzuhalten.

b) Im Jahre 1905 kam in Berlin eine Anzahl Delikatessenhändler zusammen, die in einer Besprechung bereit waren, einen Fachverein zu gründen, um besonders die Belange der Feinkostbranche wahrzunehmen. Trotzdem diese Zeit eine Hochkonjunktur für Verbandsgründungen brachte, war man sich klar, daß man tüchtig werben müsse. Ein Werbeaufruf hatte zuerst wenig Erfolg. Durch persönliche Vorstellungen bei den einzelnen Kollegen konnte man zum 28. November 1905 die Gründungsversammlung vorbereiten. Mit Begeisterung ging man unter vielen persönlichen Opfern an den Ausbau. Zwar darf hier nicht übersehen werden, daß es sich um eine Auslese der Mitglieder hinsichtlich der Geschäftsgröße und der damit verbundenen finanziellen Kraft handelte, die sich in diesem Verband zusammenfand; eine Tatsache, die sich nicht immer als Vorteil erwies.

IV. Die Zahl der Mitglieder betrug kurz nach der Gründung 310 Einzelhändler, 16 Fabrikanten und 33 Handelsvertreter, im Jahre 1913 rd. 1000 insgesamt. 1908 erhebt sich zum erstenmal die Forderung nach Bildung von Ortsgruppen. Es gelang, einige zu gründen, die aber noch wenig Eigenleben zeigten. Einzelmitgliedschaft war bis zu diesem Zeitpunkt das Gegebene. Doch erklärt man klar (1909), daß, wenn der Verband eine lückenlose Reichsorganisation werden will, das Schwergewicht außerhalb Berlins gelegt werden muß. Nach der Inflation wurden neue Gaue und Ortsgruppen gegründet, die Mitgliederzahl stieg auf 3000. Einige bestehende Ortsgruppen konnten geschlossen dem Verband zugeführt werden. Die letzte Gliederung war: 14 Gaue mit 51 Ortsgruppen und Einzelmitgliedern an mittleren kleineren Plätzen, wo keine Ortsgruppen bestanden.

V. Der Verband will die wirtschaftlichen und fachlichen Belange des deutschen Feinkosthandels und verwandter Geschäftszweige im allgemeinen und die der Verbandsmitglieder im besonderen fördern und vertreten. (§ 2 der Satzung).

I. Reichsverband der Schokoladengeschäftsinhaber Deutschlands e. V., Berlin, gegr. 1906 („Schoko-Verband")

II. Der Schokoladenhandel befaßt sich mit dem Vertrieb von Erzeugnissen aus der Kakaobohne und des Zuckers in ihrer mannigfaltigen Ausgestaltung.

IIIa. Der Vorläufer des Reichsverbandes ist der „Verein der Konfitürenhändler von Berlin und Umgebung 1900". Die Gründung eines Fachblattes förderte den Aufstieg und ermöglichte die Ausbreitung des Fachgedankens, da das Blatt an alle Kollegen im Deutschen Reich versandt wurde.

b) Am 3. September 1906 fand in Dresden die Gründungssitzung statt, in der nach heißer Debatte der Verband eine feste Form annahm. Dann setzte durch Vertrauensleute die Werbung in den einzelnen Städten ein, um feste Stützpunkte zu errichten, von denen bis zum Kriege und danach tatsächlich eine große Anzahl gegründet werden konnte. Der Verband war entstanden, um einschneidenden behördlichen Maßnahmen sozialpolitischer Art gegenüber eine gemeinsame Front aufzubauen, die das verwandte Handwerk (Konditoren) und die Industrie (Schokoladenfabriken) schon lange kannten.

IV. 36 auswärtige und 45 Berliner Mitglieder gründeten 1906 den Verband. Nach schnellem Anfangswachstum verlangsamte sich erst Ende des Krieges das Tempo, um einige Zeit später nochmals anzuschwellen.

1907	103,	1919	2624,
1909	700,	1925	3600,
1913	2135,	1934	2700 Mitglieder.

Der Rückgang seit 1925 ist ein natürliches Ergebnis der Entwicklung im Süßwarenhandel. Das Verbandsgebiet ist in 20 Gaue eingeteilt und es bestehen an rund 500 Plätzen Deutschlands Mitgliedsfirmen.

V. Der Verband bezweckt einen festen Zusammenschluß aller Inhaber von Schokoladengeschäften Deutschlands behufs Wahrung und Förderung von geschäftlichen und Standesinteressen. (§ 1 der Satzung.)

I. Reichsverband deutscher Kaufleute des Wild- und Geflügelhandels e. V. Berlin, gegr. 1907.

II. Spezialgeschäfte dürfte es in diesem Fachgebiet wenige geben. Der Handel mit Wild und Geflügel wird meist ergänzt durch den Handel mit Butter, Eiern, Fischen und Feinkostartikeln.

IIIa. Vor Gründung des Reichsverbandes bestanden Landesverbände in Stuttgart und Berlin, die bald in ein befreundetes Verhältnis traten, aber lange Zeit nicht den Weg zu einem Einheitsverband finden konnten.
b. Zum 6. Mai 1907 gelang es, einen gemeinsamen Verbandstag nach Berlin einzuberufen. Der Stoff der Tagung war der Beratung über die Wildgesetze entnommen, bei deren Einhaltung sich territoriale Verschiedenheiten bemerkbar machten, die aber dennoch kein Hinderungsgrund für den Einheitsverband waren, der unter Anlehnung an den preußischen Verband in Berlin gegründet wurde.
IV. Der neue Verband, an dessen Wiege zwei kräftige Paten standen, zählte schon 1908 500 Mitglieder, 1934 650 Mitglieder, unter denen sich auch Großhändler und Handelsvertreter befinden. Gegliedert ist der Verband in 10 Ortsvereine. Ein großer Aufschwung war im Kriege zu verzeichnen, der aber nach Beendigung, als die Not nachließ, ins Stocken geriet. Außerdem war durch die Gebietsverluste der Mitgliedsstand so gesunken, daß nicht die Vorkriegszahlen erreicht wurden.
V. Der Zweck des Verbandes ist, die gemeinsamen Interessen des Wild- und Geflügelhandels zu fördern und engere Beziehungen unter seinen Mitgliedern zu pflegen.

I. Reichsverband deutscher Kaufleute des Butter-, Fettwaren-, Käse- und Eierhandels e. V., Sitz Berlin gegr. 1926.

II. Das Arbeitsgebiet umfaßt den Handel mit Butter, Käse, Fett und Eiern. Dies stark spezialisierte Gebiet wird nur wenig durchbrochen, soweit es Großfilialbetriebe angeht, die wir vornehmlich in Berlin, Breslau, Dresden, Thüringen, der Lausitz, Hamburg und Köln antreffen.
IIIa. Der Gründungsgeschichte des Reichsverbandes müssen wir die des Berliner Ortsvereins vorausschicken, der so eng mit ihm verflochten ist, daß sein Fehlen in dieser Darstellung undenkbar wäre. Berlin war der geeignete Boden für die frühzeitige Entwicklung eines Spezialgeschäftes, wie wir es in der Butterbranche treffen. In früheren Jahrhunderten brachte der Bauer seine Ware persönlich auf den Markt. Bei dem schnellen Wachstum der Städte konnte er jedoch der Deckung des Bedarfs nicht mehr genügen, und es mußte Ware aus entfernteren Gegenden herangezogen werden. So entstanden in den 60-70er Jahren in Berlin Butterspezialhandelsgeschäfte.

Der Anlaß zur Vereinsgründung bildete eine Preisstreitigkeit, die damit endete, eine Butternotierungskommission einzusetzen,

die Groß- und Kleinhandel zusammenfaßte. Diese Kommission hat Pate gestanden bei der Gründung unseres Fachverbandes, da man sich in diesem Gremium der bereits erfolgten Produzentenorganisation gegenübersah. Um nicht ins Hintertreffen zu geraten, schuf man eine entsprechende Vereinigung der Berliner Butterkaufleute zur Wahrung der gemeinsamen Interessen. Dazu kamen Fragen wie Filialsteuer, Ladenschluß u. ä., die zur Besprechung drängten.

IIIb. Um den Mangel der fehlenden Gesamtvertretung im Handel mit Molkereiprodukten abzuhelfen, unternahm der Verein der Butterkaufleute von Berlin, das zwischen den einzelnen Territorialverbänden bestehende Freundschafts- oder Korrespondenzverhältnis auszubauen und die Gründung einer zentralen Leitung, eines Reichsspitzenverbandes, vorzubereiten. Nach Ueberwindung mancher Schwierigkeiten, (Beschränkung des Betätigungsfeldes, Prestigefragen) wurde am 18. 1. 1926 der Reichsbund deutscher Kaufleute des Butter-, Fettwaren-, Eier- und Käsehandels e. V. gegründet. Die enge Verpflechtung von Groß- und Einzelhandel, die seit jeher in dieser Branche bestand, ermöglichte es, daß 1927 die Großhandelsorganisation (Verband Deutscher Butterfirmen) mit dem Reichsbund einen Einheitsverband, den heutigen Reichsverband deutscher Kaufleute usw., bildete.

IV. Wenn man die Zahl der Mitglieder ohne Kommentar mit der anderer Verbände vergleicht, bekommt man leicht ein schiefes Bild von der wirklichen Größe des Verbandes. Es handelt sich hier um einen Verband, der, hauptsächlich für die Großstädte, Großfilialbetriebe zu seinen Mitgliedern zählt. Die ersten Zahlen gelten für den Berliner Verein, auf den dies ja in besonderem Maße zutrifft. 1889 gab es 362 Butterdetailgeschäfte mit 6 und 7 Filialen, von denen sich 1900 53 organisierten, in deren Händen sich viele hundert Filialen befanden. 1925 108 Mitglieder mit 794 Geschäften, 1929 92 Mitglieder mit 970 Geschäften. Also bei fortschreitender Divergenz zwischen Mitglieder- und Filialzahl 1932 sogar einen Rückgang der Mitglieder auf 70 und ein Steigen der Filialen auf 1087.

Die Zahlen für den Reichsverband sind 1928 14 korporative Fachorganisationen und Einzelmitglieder in 35 Städten. Seit 1933 ist nur Einzelmitgliedschaft erlaubt. 1934 haben wir 18 Fachvereinigungen mit 12 Unterorganisationen und 1000 Mitgliedern. Der Verband zählt neben Einzelhändlern vor allem Großhändler, Versandgeschäfte und Agenten zu seinen Mitgliedern.

I. Reichsverband des Deutschen Weinhandels e. V., Berlin und Mainz.

II. Die Branche umfaßt den Groß- und Einzelhandel mit Weinen und Spirituosen, wozu häufig noch Tabakwaren kommen.

Die im Reichsverband des Deutschen Weinhandels vereinigten 6 Landesverbände befassen sich je nach ihrer Lage auch mit besonderen Arbeitsgebieten. So schließt der „Verband hanseatischer Weinhändlervereine Hamburg" vorzugsweise Weinimporteure zusammen, der „Bund südwestdeutscher Weinhändlervereine, Mainz", Weinproduzenten und Großhändler, der „Verband der Weinkommissionäre, Mainz", wie der Name sagt, die südwestdeutschen Kollegen, die „Vereinigung deutscher Handelsvertreter für Wein und Spirituosen, Berlin", die norddeutschen Kollegen zusammen, während die restlichen beiden Weinhändlervereinigungen für Groß- und Einzelhandel sind: „der Zentralverband der Weinhändler Norddeutschlands, Berlin" und der „Bund westdeutscher Weinhändlervereine, Köln". Nur diese beiden kommen für die vorliegende Abhandlung in Betracht, da der Einzelhandel ihrer Mitglieder einen wesentlichen Teil ihrer Betätigung ausmacht. Die Grenzen zwischen Weingroß- und -einzelhandel verwischen sich, da beides, wie im Spirituosengewerbe, häufig verknüpft ist.

IIIa. Als Vorläufer des Zentralverbandes ist der April 1879 als „Gesellschaft Berliner Weinhändler" gegründete „Verein der Weingroßhändler von Berlin und der Provinz Brandenburg e. V." anzusehen. Man hatte sich damals zusammengeschlossen aus Anlaß des Erscheinens eines Nahrungsmittelgesetzes, da für die Mitarbeit an diesem Gesetz eine Organisation notwendig war.

b Nun war 1907 wieder ein Weingesetz-Entwurf in Aussicht gestellt und außerdem wurden in diesen Jahren vielfach Angriffe gegen die Lauterkeit des Weinhandels erhoben. Das dritte Moment war die Unsicherheit in Händlerkreisen dank des Handelsvertrages mit Spanien. Auf Anregung schlesischer Weinhändler übernahm der Berliner Verein die Vorarbeiten. Im Juli 1906 erließen dann die Vereine von Berlin, Breslau, Dresden, Hamburg, Hannover, Lübeck, Stettin und Danzig ein Rundschreiben, in dem sie zur Beitrittserklärung aufforderten. Die Gründungsversammlung fand am 25. 9. 1906 in Berlin statt, auf der 12 Vereine ihren Beitritt erklärten. Im Januar 1907 erfolgte die Eintragung in das Vereinsregister.

IV. In der Folgezeit schließen sich Vereine aus dem gesamten Handelsgebiet dem Zentralverbande an, so daß er 1928/29 aus rd.

500 Mitgliedern aus 14 Einzelvereinen Mittel-, Ost- und Norddeutschlands besteht. Man muß bei dieser Zahl die relative Seltenheit der Weinhandlungen und deren Betriebsgröße berücksichtigen, da hier nicht alle Leute, die mit „Wein handeln", sondern nur die „Weinhändler" organisiert sind; 1934 ist die Zahl auf 350 zurückgegangen, während der Reichsverband rund 2300 Mitglieder zählt.

V. Der Reichsverband hat eine Hauptgeschäftsstelle im Weinproduktionsgebiet und eine weitere Geschäftsstelle in Berlin. Die Geschäftsführer werden durch den Vorsitzenden im Benehmen mit dem Vorstand angestellt. Aufgabe der Geschäftsstelle im Produktionsgebiet ist in erster Linie die ständige Fühlungnahme mit dem Weinbau und die Bearbeitung aller Fragen des Weingesetzes. Die Geschäftsstelle in Berlin hat in erster Linie die Aufgabe, den Reichsverband bei den zentralen Behörden und Spitzenverbänden zu vertreten, sowie Steuerfragen zu bearbeiten. Ueber die sonstigen Arbeitsgebiete wird von Fall zu Fall oder durch eine Geschäftsordnung Bestimmung getroffen. Im Zweifelsfall ist die Hauptgeschäftsstelle zuständig. (§ 16 der Satzung).

I. Reichsverband Deutscher Spirituosen-Fabrikanten e. V., Berlin, gegründet 1933.

II. Dieses Fachgebiet umfaßt Herstellung und Handel mit Likören, Branntwein und Weinen. Dabei muß vermerkt werden, daß es sich hier nicht um einen ausgesprochenen Einzelhändlerverband handelt, sondern die eigentümliche Lage dieser Branche zeigt sich in der Verschmelzung von Industrie und Handel. Gerade hier ist häufig der Fabrikant Groß- und Kleinhändler, der seine Fabrikate an Wirte (Groß-) und den Verbraucher (Kleinhandel) absetzt. Ein bemerkenswerter Spezialeinzelhandelsverband besteht zur Zeit nicht.

IIa. Im März 1883 wurde auf Anregungen in der „Deutschen Destillateurzeitung" ein „Verein der Berliner Großdestillateure" gegründet, um den Nöten der Branche gemeinsam zu Leibe zu gehen. Man beschäftigte sich mit Einkaufsangelegenheiten, Fabrikationsmethoden, Abstinenz- und Steuerfragen. Vor allem ist die Stellungnahme zu dem Spiritusproblem (Herstellung, Besteuerung, Monopolisierung) das wichtigste Arbeitsfeld geblieben.

Schon immer war ein Teil der Mitglieder Nichtberliner, und deshalb änderte man 1896 den Namen in „Verein der Likörfabrikanten und Branntweininteressenten Deutschlands."

b. Als um die Jahrhundertwende neue Gefahren von seiten der Spiritusfabrikanten drohten, traten in Berlin die Branntweininteressenten zusammen und gründeten am 2. März 1899 den „Verein Deutscher Spiritusinteressenten", der aber trotz seiner zahlenmäßig starken Stellung keine Erfolge erringen konnte. Auf der Generalversammlung 1900 wurde die Führung des Vereins dem Vorsitzenden des alten Berliner Vereins übergeben, so daß Personalunion bestand. 1901 wurde der Verein nach Ueberwindung von Schwierigkeiten in des Vereinsregister eingetragen. 1905 tagte in Berlin der Allgemeine deutsche Destilleurtag, auf dem der Vorschlag, einen Gesamtverband zu gründen, Tatsache wurde. Als kurz darauf der Berliner Verein als Zweigverein beitritt, erhält der Verein den Namen „Verband deutscher Spiritus- und Spirituoseninteressenten." Am 17. 9. 1933 wurde der Name geändert in „Reichsverband deutscher Spirituosenfabrikanten e. V." und damit die stärkere Betonung der industriellen Interessen kundgetan.

IV. Wenige Tage nach der Gründung 1899 traten schon über 500 Mitglieder dem neuen Verein bei, um damit die Notwendigkeit dieser Organisation zu begründen. Im April beläuft sich die Mitgliederzahl auf 800, also ein selten schnelles Wachstum. Februar 1902 gehören schon 7 korporative Zweigvereine, nach der Verschmelzung 1905 über 1000 Mitglieder dem Verband an. 1907 ist die Zahl der angeschlossenen Organisationen auf 22 angewachsen: vor dem Kriege gehörten 40 Vereine mit 2000 Mitgliedern und 665 Einzelmitgliedern dazu. Diese Zahl hat sich bis 1924 ungefähr gehalten.

Zur Herstellung persönlicher Gemeinschaftsarbeit unter den Mitgliedern des Verbandes wird das Gebiet des Reiches eingeteilt in 13 Länder entsprechend den 13 Wirtschaftsgebieten des § 1 des Gesetzes über Treuhänder der Arbeit (Reichsgesetzblatt 1933 S. 285 und 369.)

V. Der Verband hat den Zweck, innerhalb des Deutschen Reiches alle Hersteller von Trinkbranntwein und verwandten Erzeugnissen zusammenzuschließen, um in gemeinsamer Arbeit alle ethischen, fachlichen und wirtschaftspolitischen Interessen seiner Mitglieder zu wahren und zu fördern. (§ 2 der Satzung).

I. Reichsverband des deutschen Einzelhandels mit Tabakwaren e. V., Hamburg, gegr. 1933.

II. Der Tabakwareneinzelhandel ist ein Spezialhandel mit Rauch-, Kau- und Schnupftabak, Zigarren und Zigaretten, sowie

Zubehörteilen in Gestalt von Pfeifen, Spitzen u. dergl. Er ist also ein Spezialhandel im besten Sinne des Wortes und dürfte kaum territoriale Verschiedenheiten zeigen. Auf dem Lande hat sich das reine Spezialgeschäft weniger entwickelt. Hier werden die Fabrikate nach wie vor von den Gemischtwarengeschäften geführt.

IIIa. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts entsteht mit der Verbreitung der Zigarre das Tabakspezialgeschäft. Hatte man vordem außer den Erzeugnissen größerer Fabriken auch solche eigener Herstellung abgesetzt, so gingen die Händler bald zum reinen Handel über.

b. Die Gründung des Reichsverbandes ist eine Tat unserer Tage. Die kurze Geschichte ist die Folge der Zusammenlegung einer Vielzahl bestehender Verbände, unter denen der „Verband deutscher Zigarrenladeninhaber" die erste Rolle spielte.

Die Keimzelle war die Hamburger Ortsgruppe, die am 18. 3. 1891 gegründet wurde. Der Grund dazu war die sozialpolitische Gesetzgebung, gegen deren privatwirtschaftlich feindliche Tendenz sich man wehren zu müssen glaubte. Nach zäher Arbeit gelang es am 27. 5. 1900 den „Zentralverband deutscher Zigarren- und Tabakladeninhaber" zu gründen. Fünf Ortsvereine hatten Vertreter entsandt und zwei brieflich ihre Zustimmung kundgetan. Stolz konnte der Verein sein Wachstum beobachten.

1906 kam es zu Streitigkeiten mit der Berliner Ortsgruppe, die darauf austrat und einen eigenen Verband gründete, der als „Deutscher Zigarrenhändlerbund" 1933 mit in den Reichsverband übernommen wurde. Der Trennung liegen u. a. politische Meinungsverschiedenheiten zu Grunde. Immerhin gelang es dem kleinen Verband, sich zu behaupten, da seine straffe Organisation manchen Mangel ausglich.

Bei dem Abwehrkampf gegen das Eindringen eines amerikanischen Tabaktrustes bildete sich in Frankfurt a. M. ein neuer Verein, dessen Aufbau insofern bemerkenswert ist, als er Industrie, Gewerbe und Handel zusammenfaßt. Aus diesem Verband ging als Einzelgruppe 1920 der „Verband deutscher Zigarrenspezialgeschäfte" hervor. Als nächste Zusammenfassung sei nur kurz erwähnt, daß in Bayern ein Einzelverband bestand, der heute ebenfalls mit dem Reichsverband verschmolzen ist.

Eines Verbandes sei hier noch gedacht, des „Verbandes der Tabakinteressenten", der vornehmlich Großfilialbetriebe umfaßte.

Als es 1927 wegen Preisschleudereien zu Verhandlungen kam, bildete sich in Berlin ein „Verein freier Zigarrenhändler", dem ein zu straffes Vorgehen gegen die Mißstände nicht zusagte.

1929 löste sich der alte Frankfurter Verband, der jetzt in Berlin seinen Sitz hatte, auf. Im selben Jahre schuf in diesem Wirrwarr der Verbände der „Interessenverein" mit dem „freien Zigarrenhändlerverein" eine Querverbindung durch seine Auflösung und Ueberführung seines Vermögens. Der letzten Zersplitterung im Tabakeinzelhandel wurde 1933 durch Gründung des Reichsverbandes ein Ende bereitet. Der Vizepräsident des Reichsstandes Handel lud die noch bestehenden 6 Einzelverbände zu einer Sitzung, in der er einstimmig und ohne Vorbehalt die Verschmelzung vornahm.

IV. Die Gliederung des Verbandes deutscher Zigarrenladeninhaber, den wir hier als wesentlichstes Glied des Reichsverbandes berücksichtigen, ging ursprünglich in Ortsvereine und, wo solche nicht bestanden, in Einzelmitglieder. Aus den 5 Gründervereinen mit nur wenigen Mitgliedern waren

1901 12 Ortsgruppen mit 690 Mitgliedern,
1903 42 Ortsgruppen
1925 205 Ortsgruppen mit 12 854 Mitgliedern geworden.

Der späteren Einteilung in Gaue war man schon 1903 von Dortmund aus durch Bildung von Provinzialunterverbänden entgegengekommen. Hier war ein Rheinisch-Westfälischer Unterverband gegründet worden „als freie Vereinigung zur Ausbreitung der Idee, der Stärkung des Zentralverbandes und der Hebung des Standes". Die spätere Einteilung ist eine solche in 19 Gaue. 1933 wurde das Reichsgebiet in 5 Wirtschaftsbezirke eingeteilt, die sich wieder in Gaue und Ortsgruppen unterteilen. Der Reichsverband zählt 1933 rd. 20 000 Mitglieder.

I. **Reichsverband der deutschen Fischhändler e. V. Berlin, gegr. 1912.**

II. Handel mit frischen und konservierten Fischen, dazu häufig Geflügel, Feinkost und Früchte.

III a. Der heutige „Reichsverband deutscher Fischhändler" wurde 1912 unter dem Namen „Verband deutscher Fischhändler" gegründet. Er hat einen Vorläufer in dem ersten Fischhändlerverband überhaupt, dem „Verein deutscher Fischhändler e. V. Berlin". Es lohnt sich, kurz auf dessen Geschichte einzugehen. „Ende der 70er Jahre hatte sich nun aber doch der Fischhandel soweit entwickelt, daß die Führernaturen in seinen Reihen an die Schaffung einer Standesorganisation denken konnten, beson-

ders da in den Reihen des deutschen Fischereivereins der Handel nur unzulänglich vertreten war". Der Anstoß zur Gründung ging von der deutschen Fischereizeitung aus, die 1877 gegründet war. 1879 wurde auf Grund eines Aufrufes die Gründungsversammlung nach Leipzig einberufen, aber bis auf das nächste Jahr anläßlich der Fischereiausstellung verschoben. Am 24. 5. 1880 gründeten 90 Männer den „Verein deutscher Fischhändler". Der Verein hat auf vielen Gebieten eine segensreiche Tätigkeit entfaltet. Aber es liegt in der Natur der Sache begründet, daß ein Verein, dessen Mitglieder zum größten Teil Großhändler sind, die Interessen des Kleinhandels nicht auf allen Gebieten vertreten kann. Es kam daher im Jahre 1912 zur Gründung des nachmaligen „Reichsverbandes deutscher Fischhändler".

I. **Reichsverband deutscher Milchhändler e. V., Hamburg,** gegr. 1895.

II. Da der Milchkleinhandel heute stark übersetzt ist, finden wir häufig neben anderen Milchprodukten auch Lebensmittel in den Milchhandlungen vertreten.

III a. Der solide Gewinn der Milchhändler veranlaßte im Jahre 1872 eine Produzentengruppe in Berlin eine Meierei zu gründen und selbst die Belieferung der Stadtbevölkerung aufzunehmen. Durch überlegene technische Ausstattung tat man dem Geschäft der Händler starken Abbruch. Das veranlaßte die Händler, sich auf ihre Stärke zu besinnen und sie schlossen sich zur Abwehr ebenfalls zusammen. 80 selbständige Milchhändler oder Pächter, wie man sie damals nannte, gründeten 1873 den „Verein Berliner Milchpächter". In den folgenden Jahren werden eine Reihe örtlicher Vereine, die sich über ganz Deutschland verteilen, gegründet. Daneben verstummte nicht der Ruf nach dem Reichsverband.

b. Einer Anregung aus Westdeutschland folgend, schritt man anläßlich der milchwirtschaftlichen Ausstellung in Lübeck 1895 zur Gründung des „Verbandes deutscher Milchhändlervereine", dem sich innerhalb des ersten Jahres 14 Territorialvereine anschlossen. In stetiger Entwicklung konnte der Reichsverband seine Stellung festigen und zu hohem Ansehen gelangen.

Die neueste Entwicklung zeigt besonders auf diesem Fachgebiet große Aenderungen, die durch Einsetzung eines Reichsmilchkommissars beim Reichsministerium für Ernährung und Landwirtschaft ihren Niederschlag findet.

Die auf Grund des § 38 des Reichsmilchgesetzes vom Jahre 1930 gebildeten Wirtschaftsorganisationen wurden im Jahre 1933 auf den Milchhandel ausgedehnt. Diese Organisationen „haben einen außerordentlichen Einfluß auf die fernere Gestaltung der gesamten Milchwirtschaft: sie können von der Gewinnung der Milch ab dieser den Weg bis zum Verbraucher vorschreiben, sie können auch den Preis für jede Sparte festsetzen, können weiter auch bestimmen, ob die vom Erzeuger gewonnene Milch als Frischmilch (Trinkmilch) zu verwenden ist, oder ob sie zur Verarbeitung kommen muß. Um die einheitliche Durchführung derartiger Bestimmungen im ganzen Reich zu gewährleisten, ist Mitte 1933 vom Reichsminister für Ernährung und Landwirtschaft ein Reichskommissariat für die Milchwirtschaft errichtet worden", in dessen Hand auch die weitere Gestaltung der Einzelhandelsorganisation liegt.

IV. Die Einteilung in Landesverbände ist mit Ausnahme von Bayern überall durchgeführt. Der Mitgliederbestand betrug Anfang 1933 ca. 12 000 und ist Ende des Jahres auf 17 000 gestiegen.

V. Zweck der Verbandes.

1. Zusammenfassung aller Organisationen des deutschen Milchhandels.
2. Gewinnung von Einfluß auf die Versorgung der Städte mit einwandfreier, gesunder Milch.
3. Förderung und Wahrung der Interessen des Milchhandelsgewerbes.
4. Hebung des Gemeinschaftsgefühls und Standesbewußtseins.

I. **Reichsverband des deutschen Seifenhandels und verwandter Zweige e. V., Berlin,** gegr. 1919.

II. Der Seifenspezialhandel ist eine Einrichtung, die bisher Vertreter nur in Großstädten kennt. Auch dort ist die Spezialisierung nicht streng durchgeführt, sondern durch Parfümerien, Gummiwaren, Toilettengegenstände, Seilerwaren, Haus- und Küchengeräte und dergleichen aufgelockert.

III a. Der Reichsverband ist in der heutigen Gestalt eine Gründung der neuesten Zeit (1933). Seine Gründer sind der „Schutzverband" und der „Zentralverband", deren Geschichte dargetan werden soll als Veranschaulichung des fachpolitischen Lebens in dieser Branche.

Als im Jahre 1919 Nachkriegswirtschaftsnöte stark fühlbar wurden, traten Mitglieder aus den Genossenschaften zusammen, um eine Fachvertretung zu gründen. Es waren 74 Seifenhändler,

die 1919 den „Schutzverband deutscher Seifenhändler e. V." gründeten. Der „Zentralverband" war 1911 gegründet worden. b. Nachdem es schon 1922 und 1926 nicht gelungen war, in Einigungsverhandlungen die Verschmelzung zu erreichen, wurde es im Juni 1933 möglich, aus den beiden Fachverbänden durch Unterstützung der Fachgenossenschaften einen Einheitsverband zu bilden.

IV. Die Mitgliederzahl des Schutzverbandes betrug, wie erwähnt, 1919 74, sie wuchs im Laufe der Jahre stetig und war 1933 ca. 1 000, beim Zentralverband rd. 1 200. Sehr wesentlich ist, daß außer in Hannover (Schutzverband) und in Dresden und Leipzig (Zentralverband) nur in Berlin die Seifenhändler organisiert sind. Heute bestehen Vereine außerdem in Potsdam, Hamburg und Stettin. Mitglieder können nur Einzelhändler werden. Der Reichsverband gliedert sich in Bezirks- und Ortsgruppen.

V. Der Reichsverband bezweckt:
a) die Förderung einer nationalsozialistischen Wirtschaftspolitik;
b) die Förderung der ideellen und beruflichen Interessen der Mitglieder,
c) die rechtliche und steuerliche Beratung der Mitglieder.
d) die Erlangung von Sitz und Stimme in allen für den Seifenhandel maßgeblichen Körperschaften.
e) die Interessenvertretung in allen arbeitsrechtlichen und tarifrechtlichen Angelegenheiten.

I. **Reichsverband deutscher Obst-, Gemüse- und Lebensmittelhändler e. V.,** Berlin, gegr. 1916.

II. Der Obst-, Gemüse- und Lebensmittelhandel umfaßt vor allem den Handel mit frischen, daneben auch mit konservierten Erzeugnissen. Dazu kommen Kolonialwaren, Butter, Käse und Fette, sowie Haushaltartikel.

III. In der für die Versorgung des deutschen Volkes mit Nahrungsmitteln kritischen Zeit des Weltkrieges wurde am 27. Aug. 1916 der Reichsverband deutscher Obst-, Gemüse- und Lebensmittelhändler gegründet.

IV. Der Reichsverband entwickelte sich erst langsam, da er in der Hauptsche Inhaber von Ladengeschäften umfaßte, sodaß 1931 ca. 1 500 Mitglieder gezählt wurden. 1933 erfolgte ein starker Auftrieb durch Aufnahme der Händler mit festem Marktstand. Der Mitgliedsbestand beträgt 1934 ungefähr 10 000. Der Verband ist in Gaue und Ortsgruppen gegliedert.

V. Der Reichsverband bezweckt:

1. die Erfassung des gesamten deutschen Obst- und Gemüsehandels sowie desjenigen Teiles des Lebensmittelhandels (Gemischtwarenhandels), der vorwiegend Erzeunisse der deutschen Landwirtschaft und des deutschen Gartenbaues in Be- und Verarbeitung verkauft,
2. durch den Zusammenschluß dieses Berufsstandes im ganzen deutschen Reich in Ortsgruppen und Gaue des Reichsverbandes die wirtschaftliche und soziale Lage dieses Berufsstandes zu fördern und auf die kaufmännische Entwicklung bildend zu wirken,
3. die Mitglieder zu nationalsozialistischem Denken und Handeln heranzubilden unter Zugrundelegung des Führerprinzips, sowie durch Schaffung von Fachschulen für einen durchgebildeten und brauchbaren Nachwuchs zu sorgen,
4. die Ausschaltung des unlauteren, den Nahrungsmittelmarkt unmöglich erschwerenden und verteuernden Zwischenhandels in engster Gemeinschaft mit den im Reichsnährstand eingegliederten Erzeugern und Großhandel. (§ 2 der Satzung.)

Abkürzungen

St.D.A. = (D.A.V.) Standesgemeinschaft deutscher Apotheker (Deutscher Apothekerverein).

D.D.V. = Deutscher Drogistenverband.

Rekofei = Reichsverband deutscher Kaufleute des Kolonialwaren-, Feinkost- und Lebensmitteleinzelhandels.

Feinkost H.V. = Reichsverband deutscher Feinkost-Kaufleute.

Schoko H.V. = Reichsverband der Schokoladengeschäftsinhaber Deutschlands.

Wild- und Geflügel H.V. = Reichsverband deutscher Kaufleute des Wild- und Geflügelhandels.

Butter H.V. = Reichsverband deutscher Kaufleute des Butter-, Fettwaren-, Käse- und Eierhandels.

Wein H.V. = Reichsverband des deutschen Weinhandels.

Spirit. H.V. = Reichsverband deutscher Spirituosen-Fabrikanten.

Tabak H.V. = Reichsverband deutschen Einzelhandels mit Tabakwaren.

Fisch H.V. = Reichsverband der deutschen Fischhändler.

Milch H.V. = Reichsverband deutscher Milchhändlervereine.

Seifen H.V. = Reichsverband des deutschen Seifenhandels und verwandter Zweige.

Obst- und Gemüse H.V. = Reichsverband deutscher Obst- und Gemüsehändler.

H.d.d.E.H. = Hauptgemeinschaft des deutschen Einzelhandels.

F.f.H. = Forschungsstelle für den Handel, Berlin.

H.d.St. = Handwörterbuch der Staatswissenschaften.

LEBENSLAUF

Am 4. Juli 1908 wurde ich als Sohn des Drogeriebesitzers Albert Brügmann in Dortmund geboren.

Ich besuchte von Ostern 1914 bis Ostern 1916 die evangelische Marienschule, von Ostern 1916 bis Ostern 1918 die Klein'sche Vorschule und von Ostern 1918 bis Ostern 1927 das humanistische, städtische Gymnasium in Dortmund. Nach vorgeschriebener pharmaceutischer Ausbildung studierte ich in Rostock und Marburg Pharmacie und Nationaloekonomie, nach meinem Staatsexamen April 1932 in Wien und Münster ausschließlich Nationaloekonomie, um anschließend am 14. Mai 1934 die mündliche Doktorprüfung abzulegen.

Eberhard Brügmann